



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

**Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras
Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico empresarial**

AUTOR:

Uceda Paredez, Edinsson Jeancarlo (ORCID: [0000-0003-2996-2134](https://orcid.org/0000-0003-2996-2134))

ASESOR:

Cornejo Guerrero, Miguel Antonio, Ph. D. (ORCID: [0000 0002 7335 6492](https://orcid.org/0000-0002-7335-6492))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arte Visual y Sociedad: Investigación de mercados en el ámbito de comunicación gráfica, imagen corporativa y diseño de producto.

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

Cada página de este proyecto va dedicada con mucho amor y entrega a mi madre, tíos, primos y amigos, por todo su gran apoyo incondicional que me otorgaron a lo largo de la carrera, por los consejos, la confianza y la motivación de seguir adelante, venciendo los obstáculos y cumpliendo todos los desafíos como obligaciones dentro del entorno profesional.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, quiero agradecer a Dios por todas sus bendiciones, por ser mi guía en todo momento y por la fortaleza firme que me concedió en lograr superar mis objetivos planteados, brindándome también sabiduría y paciencia para completar la investigación y dar un gran paso en mi vida profesional.

De igual forma, agradezco a los directivos y a mis maestros de la Universidad César Vallejo, por todas sus enseñanzas y conocimientos entregados en nuestra formación, como también agradezco a mi Asesor de Tesis, por sus anotaciones y correcciones durante el proceso de dicho trabajo con el fin de culminar satisfactoriamente el desarrollo de mi proyecto de investigación.

Finalmente, agradezco de todo corazón a mis familiares y amigos por la seguridad y el soporte brindado. Así mismo, expreso mi reconocimiento a la empresa Compras Públicas y al Dr. Roy Álvarez Chuquillanqui, por permitirme aplicar el proyecto en su empresa.

¡Estoy infinitamente agradecido con todos!

Índice de contenido

Caratula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	8
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1 Diseño de investigación	17
3.1.1 Tipo de la investigación según su finalidad	17
3.1.2 Enfoque de la investigación	17
3.1.3 Diseño de la investigación.....	18
3.2 Variables y operacionalización	18
3.2.1 Identificación de variables	18
3.3 Población, muestra y muestreo	20
3.3.1 Población	20
3.3.2 Criterios de inclusión	20
3.3.3 Criterios de exclusión.....	20
3.3.4 Muestra.....	21
3.3.5 Muestreo	22
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	22
3.4.1 Técnica	22
3.4.2 Instrumento.....	22
3.4.3 Validez	23

3.4.4 Confiabilidad	24
3.5 Procedimientos	25
3.6 Método de análisis de datos.....	26
3.6.1 Análisis descriptivo	26
3.6.2 Análisis inferencial	35
3.6.2.1 Contrastación y correlación de la hipótesis general	36
3.6.2.2 Contrastación y correlación de las hipótesis específicas.....	37
3.7 Aspectos éticos.....	40
IV. RESULTADOS	41
V. DISCUSIÓN	52
VI. CONCLUSIONES	63
VII. RECOMENDACIONES.....	65
REFERENCIAS.....	66
ANEXOS	52
▪ Matriz de operacionalización de la variable.....	71
▪ Instrumento de recolección de datos	74
▪ Matriz de consistencia.....	76
▪ Ficha de validación de expertos	79
▪ Data SPSS	82
▪ Baremo de correlación de Rho de Spearman	84
▪ Turnitin	85
▪ Brief	86
▪ Producto y piezas gráficas	91

Índice de tablas

Tabla 1: Identificación de variables.....	19
Tabla 2: Prueba binomial.....	23
Tabla 3: Cuadro de fiabilidad.....	24
Tabla 4: Interpretación de rangos.....	25
Tabla 5: Pregunta N° 1.....	26
Tabla 6: Pregunta N° 2.....	27
Tabla 7: Pregunta N° 3.....	27
Tabla 8: Pregunta N° 4.....	28
Tabla 9: Pregunta N° 5.....	28
Tabla 10: Pregunta N° 6.....	29
Tabla 11: Pregunta N° 7.....	29
Tabla 12: Pregunta N° 8.....	30
Tabla 13: Pregunta N° 9.....	30
Tabla 14: Pregunta N° 10.....	31
Tabla 15: Pregunta N° 11.....	31
Tabla 16: Pregunta N° 12.....	32
Tabla 17: Pregunta N° 13.....	32
Tabla 18: Pregunta N° 14.....	33
Tabla 19: Pregunta N° 15.....	33
Tabla 20: Pregunta N° 16.....	34
Tabla 21: Pregunta N° 17.....	34
Tabla 22: Pregunta N° 18.....	35
Tabla 23: Prueba de normalidad.....	36
Tabla 24: Cuadro de correlación entre página web y percepción de los usuarios....	36
Tabla 25: Cuadro de correlación entre percepción de los usuarios y contenido..	37
Tabla 26: Cuadro de correlación entre percepción de los usuarios y requisitos técnicos.....	38
Tabla 27: Cuadro de correlación entre percepción de los usuarios y estructuración de información.....	39

RESUMEN

El presente estudio se titula Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021. Donde se pretende como objetivo determinar la relación que existe entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021. El tipo de investigación es aplicada, con enfoque cuantitativo y un diseño no experimental – transversal de carácter correlacional. La población es finita con un total de 220 trabajadores de las diferentes empresas de la ciudad de Lima; respecto a la muestra, se compone de 140 colaboradores seleccionados en el muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, en la cual se les aplicó la encuesta conformada por 18 ítems de escala tipo Likert. Los datos fueron registrados y procesados a través del programa IBM SPSS versión 25, logrando una confiabilidad muy alta de 0,880 en el Alfa de Cronbach. Los resultados señalan un valor de significancia de $0,004 > 0,05$, alcanzando una correlación positiva alta de 0,748 aceptando la hipótesis de investigación y rechazando la nula. Como conclusión, se confirma que existe relación efectiva entre la Página Web y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

Palabras Claves: Página web, percepción de los usuarios, contenido, requisitos técnicos, estructuración de información.

ABSTRACT

The present study is titled Web page on legal norms, of the company "Public Purchases" and the perception of the users of Lima - 2021. Where the objective is to determine the relationship that exists between the Web Page on legal norms, of the company "Public Procurement" and the perception of users of Lima - 2021. The type of research is applied, with a quantitative approach and a non-experimental - transversal design of a correlational nature. The population is finite with a total of 220 workers from the different companies in the city of Lima; Regarding the sample, it is made up of 140 collaborators selected in the simple random probability sampling, in which the survey made up of 18 Likert-type scale items was applied. The data were recorded and processed through the IBM SPSS version 25 program, achieving a very high reliability of 0.880 in Cronbach's Alpha. The results indicate a significance value of $0.004 > 0.05$, reaching a high positive correlation of 0.748, accepting the research hypothesis and rejecting the null. In conclusion, it is confirmed that there is an effective relationship between the Website and the perception of users of Lima - 2021.

Keywords: Website, user perception, content, technical requirements, information structuring.

I. INTRODUCCIÓN

Durante la pandemia, las empresas se reinventaron y se acomodaron a la situación actual, otras emprendieron adaptándose a un nuevo mercado, pero todas hoy en día aprovechan las ventajas de un entorno virtual y las utilizan frecuentemente como herramienta principal para dar información, capacitar a sus clientes de manera online, incrementar sus habilidades y competencias de su equipo de trabajo y mejorar sus resultados como empresa de acuerdo a su rubro. (Camacho, 2017) La formación de los colaboradores no debe considerarse un gasto, sino una inversión traducida en beneficios para toda la organización, a su vez ayude al personal a identificar sus habilidades y conocimientos para un buen desempeño laboral (Camacho, 2017, p. 03).

En el campo internacional según (Olegario, 2017) en su investigación informó que una página web es una red social muy poderosa, para un negocio tal vez no sea necesario implementarla en un ámbito local, a su vez es importante aprovechar del buen uso de esta herramienta para una mejor comunicación con la nueva sociedad 3.0, asegurando una mayor visibilidad como proyección comercial en Internet, así mismo una página bien promovida aporta excelentes beneficios comerciales y sociales, aspirando un buen incremento económico al negocio (Olegario, 2017, pp. 03-04). El Instituto Nacional de Estadísticas de España (INE, 2017) publicó una encuesta de los equipamientos y el uso de las TIC en hogares de la ciudad española, la mayor parte de los usuarios tienen dispositivos con acceso a Internet. El 80,6% de la población entre 16 y 74 años hicieron uso del Internet en los últimos 3 meses de manera regular, y en los últimos 3 meses del 2020 el 99,6% de la población (INE, 2017, p. 04).

También a nivel nacional, por parte de (Cruz, 2018) notificó que el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación, conocidas como las TIC,

cumplen un papel fundamental en el crecimiento como la mejora de la competitividad y la productividad, también en el incremento de la satisfacción de los clientes (Cruz, 2018, p. 13). El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020) en una encuesta económica anual del año 2018 anunció que El 30,3% del total de las empresas informantes contaron con un sitio web, lo que les permite tener mayor publicidad o presencia para los usuarios que demandan de internet. En el año 2018 las empresas que hicieron uso del Internet para actividades económicas anuales, se obtuvieron el 59,2% lo hicieron para comunicarse vía email/chat, el 49,1% para la búsqueda de productos y/o servicios, el 41,3% para ejecutar operaciones de banca electrónica, el 11,4% para la capacitación del personal y el menor fue para distribuir productos en línea (INEI, 2020, pp. 11-12).

De igual manera a nivel local (BlackSip, 2019) nos afirma que Las ventas por Internet en Lima Perú, aumentan con el paso de los años debido a dos razones: Más compañías están ofreciendo sus productos y servicios de manera online, Los consumidores buscan la conveniencia de comprar o interactuar mediante sitios web (BlackSip, 2019, p. 21). El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020) en su publicación de las estadísticas del Trimestre Enero-Febrero-Marzo 2019 y 2020 nos habla de los hogares que disponen por lo menos de una computadora en Lima metropolitana es del 52,9%; con relación al Internet, el 62,9% de los hogares de la misma área también disponen de este servicio (INEI, 2020, p. 05).

La empresa Compras públicas se enfoca en el rubro de capacitación y asesoría sobre contratación pública a nivel nacional, también desarrolla seminarios, diplomados y asesoría personalizada referente a las contrataciones del estado brindando un material de consulta y su público potencial son todos los operadores logísticos de las grandes empresas como pequeñas empresas, ya sea públicas o privadas. Esta empresa ha sido creada hace 1 año y durante la pandemia se vio obligado a utilizar su única red social Facebook para sus publicaciones de eventos

como seminarios y capacitaciones constantes, hoy en día el uso de la tecnología y las plataformas ayudan a que la empresa pueda llegar de manera eficiente y efectiva a muchos de sus clientes y para ello esta empresa busca la manera de contar con una herramienta poderosa y necesaria para su organización, una página web.

El espacio de la investigación fue en la misma empresa de manera virtual, dedicada a sus usuarios de las diferentes empresas que requieran sus servicios de capacitación como asesorías. El problema de estudio reside en la frecuente dispersión y modificación de la normativa de contrataciones del estado que genera que los operadores logísticos no estén capacitados y actualizados sobre el correcto desempeño de sus funciones.

Debido a la situación problemática, la empresa carece de una Web site (Página web) de forma creativa e interactiva para brindar información necesaria sobre el servicio que ofrecen a todo el país, centralizando y difundiendo las disposiciones normativas que regulan la contratación pública actualizando y contribuyendo en la formación de los operadores logísticos, agregando piezas gráficas publicitarias como invitaciones para los diferentes eventos y como adicional agregar una interface de aplicación web para que puedan realizar las mismas funciones a través de sus smartphone o tables, en la cual se buscó alcanzar con esta investigación como determinar la relación de la página web con la percepción de sus usuarios para que se sientan a gusto y pueda ser una herramienta tecnológica necesaria a lo largo de los años. Bajo la solución planteada nació la necesidad de investigar esta situación problemática, es por ello que se dio inicio a este estudio.

Esta investigación es viable, ya que se cuenta con los recursos y materiales necesarios para llevarse a cabo su realización y de forma remota. Se obtuvo el

apoyo del jefe de la empresa hacia las diversas organizaciones para la facilidad del recojo de los datos de esta investigación. Por otro lado, se contó con el apoyo de profesores y estudiantes profesionales en la carrera de diseño gráfico para la prueba piloto en la cual enriqueceremos más la investigación para la realización de un buen producto como también para un buen trabajo.

Finalmente, dentro de los vacíos en la etapa del conocimiento de la investigación, existen nuevas perspectivas a estudiar, de acuerdo a muchas empresas son pocas las que dan asesorías o capacitaciones en una página web en nuestro país y también no existen plataformas que actualizan las normativas de las contrataciones del estado y lo publiquen para informar a su público objetivo y con un solo click puedan formarse eficazmente y exitosamente.

Es por ello que se planteó la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación que existe entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021?, buscando una solución al problema general de esta investigación, por otro lado, se formularon las preguntas específicas y son las siguientes:

¿Cuál es la relación que existe entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021?

¿Cuál es la relación que existe entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021?

¿Cuál es la relación que existe entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021?

Con relación a la justificación, es necesario como importante justificar el estudio, con el fin de llegar a un objetivo claro mediante la exposición de sus razones, planteándose las siguientes preguntas; el ¿para qué? Como el ¿por qué? Debe ejecutarse (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 40).

La actual investigación es conveniente, porque se centra en el estudio del diseño de desarrollo de una página web, sobre el cual compartirá de manera eficiente y rápida la normativa de las contrataciones del estado por parte de la empresa “Compras públicas”, en la cual ayudará a sus usuarios en la formación de cada uno de sus funciones laborales en sus distinguidas empresas. Es así que la presente investigación permitirá a que muchas pequeñas empresas se beneficien como también puedan elaborar sus páginas web dinámicas y a la vez puedan difundir información importante de acuerdo al rubro en que se enfocan, sin la necesidad de recurrir a otras plataformas que te lanzan anuncios y te desvían a otros apartados, puesto que el presente trabajo servirá como un análisis de estudio para otras investigaciones, tomando una investigación de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal de tipo correlacional. Apoyándonos también en el análisis de esta problemática en los tres ámbitos globales para el desarrollo de una excelente herramienta de trabajo de forma tecnológica.

A cerca de las hipótesis, son hechos que pueden probarse mediante una investigación aclarando el enunciado del problema, estas deben ser deben ser medibles, expresando la relación entre dos o más variables (Mourougan y Sethuraman, 2017, p. 34). Por lo tanto, se plantea la siguiente hipótesis general:

Hi: Existe relación efectiva entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

Por otra parte, tenemos la hipótesis específica 1:

Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Sobre la hipótesis específica 2:

Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Mientras tanto, la hipótesis específica 3:

Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

De igual manera, para concluir el capítulo, se planteó el objetivo general, Determinar la relación que existe entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021. Así mismo, los objetivos específicos son los siguientes:

Determinar la relación que existe entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Determinar la relación que existe entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Determinar la relación que existe entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Para amplificar los conocimientos respecto a la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios, se ha indagado a través de antecedentes nacionales como internacionales.

Por el lado de los nacionales, se encuentra a Rojas (2014) en su tesis de Licenciatura en Bibliotecología y Ciencias de la Información titulado “Análisis de las páginas web de las bibliotecas de las facultades de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, planteando como objetivo principal Describir y analizar las páginas web de las bibliotecas de las facultades de la UNMSM utilizando la técnica de la observación y los factores de diseño y contenido en el año 2014. Esta investigación es de tipo descriptivo – aplicada, utilizando la técnica de la observación con enfoque cuantitativo – experimental, obteniendo una población de 20 páginas web de las bibliotecas de las facultades de la UNMSM, donde la muestra consiste en 5 páginas web de las mencionadas bibliotecas. En conclusión, definen el estado actual de las páginas web de las facultades de la UNMSM, mostrando un porcentaje de más del 50% de facultades que no desarrolla una página web para su biblioteca, mientras tanto existen las otras bibliotecas que, si desarrollan un sitio web, por el otro lado muestran falencias en el contenido y diseño de sus páginas, afectando así la percepción de los usuarios.

Sánchez (2016) en la tesis realizada con grado de Magíster en Política y Gestión Universitaria llamada “Diseño de un indicador de efectividad de comunicación para la Página Web zona escolar”, planteó como objetivo Diseñar un Indicador de Efectividad de Comunicación (IEC) para la página web Zona Escolar, utilizó una investigación de tipo aplicada, evolutivo - no experimental con enfoque cuantitativo, con su muestra de 300 personas encuestadas. Finalmente, se sustenta que el marketing digital o las herramientas de medición no lo son todo, dentro del entorno de una página web se encuentra muchas cosas llamadas actualizaciones que son

muy importantes ya que se necesitara un mantenimiento a la página, entonces Zona Escolar con su propia página es capaz de analizar más allá de lo que ofrecen algunas herramientas digitales de medición.

Benites (2017) en su tesis de grado de Magíster en Informática con mención en Ingeniería de Software llamada “Evaluación de accesibilidad de sitios web de las Universidades Públicas Peruanas”, lleva como objetivo Determinar el nivel de accesibilidad de las páginas web institucionales de las Universidades Públicas Peruanas mejor posicionadas en el ranking web de universidades, así mismo, su investigación es aplicada con un diseño no experimental – Causales y enfoque cuantitativo. Se concluye que, se aplicó la metodología WCAG-EM para examinar el grado de cumplimiento de los sitios web, también, se evaluaron dos plataformas web de cada una de las 14 universidades públicas: home y oferta académica publica, llegando a una finalidad equilibrada entre ambas páginas de mayor interacción con sus usuarios.

Suárez (2018) en su artículo titulado “El lenguaje visual del diseño web brutalista”, que tiene como objetivo Definir rigurosamente desde el plano visual a través de la evaluación de una selección de piezas asociadas a este estilo e interpretar el brutalismo como un movimiento con rasgos autónomos y peculiares, donde esta investigación recurre al análisis de contenido, es decir, de tipo básica- correlacional, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental, por intermedio de la muestra se optaron 50 registros más recientes del repositorio Brutalist Websites con temas de escaparates, diseños brutales de sitios web, etc. Para concluir, de acuerdo a los resultados el término brutalista resguarda a una multitud de grupos de diferente signo, como nuevo concepto brutalista solo respeta el desprecio hacia lo excesivo apoyando a las tendencias dadas y previsualizadas en el diseño web actual.

Flores y Valencia (2019) en el grado de Licenciatura en Marketing en la tesis titulada “Factores más influyentes en la calidad percibida del servicio de taxi asistido por

aplicativo móvil, desde la percepción de los usuarios que viven o trabajan en Lima Moderna”, plantearon como objetivo Determinar los factores más influyentes en la calidad percibida del servicio de taxi asistido por aplicativo móvil, desde la percepción de los usuarios que viven o trabajan en Lima Moderna, utilizaron una metodología del modelo Servqual, realizando un estudio experimental de tipo aplicado de nivel descriptivo y la muestra se aplicó a 388 usuarios, permitiendo conocer el nivel de satisfacción por sexo, por cada factor y por empresa. Concluyendo, se determinó los factores más influyentes en la calidad del servicio de taxi son la seguridad con la mayor brecha negativa de -1,24 y la empatía con una brecha de -1,08; manejado por un aplicativo, a partir de la percepción de los usuarios que trabajan y habitan en la Lima moderna, al ser estos los factores significan que tienen un mayor nivel de insatisfacción en la calidad percibida.

Mientras tanto en los internacionales, tenemos a Febriyanthi, Naufal, Rahmatullah, Islahuddin y Parlindungan (2021) mediante un artículo llamado “Interface Design Heuristic Evaluation Website Yayasan Kesehatan Telkom”, donde su objetivo es Determinar el éxito del sitio web a través de la experiencia del usuario. Se utilizó un método de investigación aplicada, analítico – causal, con enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, su población son los trabajadores de Yayasan Kesehatan Telkom con una muestra de 50 personas. En conclusión, se precisa de acuerdo a los resultados, que existen algunos aspectos poco importantes que dieron un valor por debajo de lo esperado, pero en su gran mayoría el sitio web funciona como prueba para abordar los problemas que ocurre dentro del lugar y a expandir con mayor facilidad el sistema de información de la fundación.

Zu, Quan, Qi y Hou (2021) por medio de un artículo titulado “Web Page Design of Automobile Energy Saving and Emission Reduction System Based on Neural Network”, plantearon como objetivo establecer un sistema de diseño de página web para ahorrar, reducir, predecir y estimar el tráfico a su vez proporcionar una ruta más adecuada para cada usuario brindando su seguridad y protección al medio ambiente. Cuyo artículo de tipo aplicada, enfoque cuantitativo y nivel correlacional

no experimental, con una muestra de 100 conductores. Como conclusión, se obtuvo un diseño de página web frontal con un sistema de reducción de emisiones y ahorro de energía del automóvil, incluyendo una interface comprensiva y agradable para la interacción eficaz y la buena percepción de los usuarios.

Król (2019) en su artículo identificado “Marketing potential of Websites of rural tourism facilities in poland” planteó como objetivo evaluar el potencial de marketing de los sitios web de las instalaciones de turismo rural de Polonia. El estudio se centró en sitios web individuales de las zonas rurales de las instalaciones turísticas en Polonia, su metodología es de tipo aplicada, experimental con enfoque cuantitativo y un nivel explicativo, su población es un turista con 2 visitantes más 7 habitaciones, 4 centros de entretenimiento y 6 granjas agroturismo, en la cual se utilizará 1000 sitios web de dominios de pago diferentes partes para controlar el marketing en cada página web. Para concluir, el estudio desarrollado, mostró que el turismo rural de Polonia y los sitios web de las instalaciones ocuparon posiciones distantes en todo el mundo, esto significa que los sitios web funcionan como pasivas vitrinas.

Ceballos (2016) en su tesis de grado de bachiller en comunicaciones y periodismo titulado “Implementación página web para la empresa Sánér S.A.S.”, su principal objetivo es Informar a los públicos internos y externos de Sánér S.A.S. los programas que ejecuta y la experiencia que tiene a través del portafolio de servicios. Como enfoque es cuantitativo, correlacional-causal, tipo aplicado y con un diseño no experimental, con una muestra de 150 personas. Concluyó que, la página web es una gran herramienta como medio de producción, para que Sánér sea reconocida por su trabajo, informe sobre el desarrollo de sus procesos y experiencia a su público, ofreciéndole mayor credibilidad, seriedad y confianza a los programas que ejecuta.

Bueno (2014) con su tesis de grado de Ingeniero en Diseño Gráfico, que lleva por nombre “Diseño e Implementación de un Sitio Web con el uso del software Dreamweaver”, se planteó como objetivo Proveer a la Escuela de la Familia Guayaquil de una herramienta virtual un sitio web, para reflejar la identidad visual, y a su vez que informe eficazmente sobre su labor a la sociedad, utilizando una investigación básica – descriptiva con un enfoque cuantitativo y un diseño experimental, llevando así una población de 94 y tomando una muestra de 42 personas los Pastores, Ministros y Miembros. Llegando a una conclusión muy importante y necesaria al implementar un sitio web, ya que sirve para que una organización sea más conocida como también es una excelente herramienta para transmitir y compartir información muy relevante.

Las teorías relacionadas al tema que representan en esta investigación se basan en dos aspectos relacionados con Página Web (Aubry, 2018) y Percepción de los usuarios (Ruiz y Grande, 2014). Apoyados con otras fuentes para reforzar la opinión de estos autores principales, como aporte para el primer aspecto tenemos a Torres (2014), a Santiago, Jiménez y Otero (2015) y por último a Carrillo y Luengo (2018), para el segundo aspecto lo refuerza Palacios, Prieto y Villa (2018).

Respecto al primer aspecto según Aubry (2018), nos explica sobre las tecnologías de la información basadas en la práctica y metodología dentro de la arquitectura de un sitio web, el diseño del sitio como la ergonomía relacionada a la navegación por diferentes páginas te lleva a crearlas fácilmente de manera atractiva para impactar al usuario en la cual visitará tu sitio web, para ello en este capítulo conoceremos todo lo referente a una página web (p. 39).

Como apoyo a esta teoría establecido por Torres (2014), resalta el futuro y la modernidad de los desarrolladores web incluyendo HTML5, generando grandes cambios en el navegador experimentando nuevas funciones para dar un mayor orden y estilo al sitio web (p. 19).

Como siguiente respaldo a la definición brindada por el autor principal, tenemos a Santiago, Jiménez y Otero (2015), señalan los diferentes objetivos que apunta una

página web creada especialmente para dar información o para negocios privados como ventas online entre otras (p. 63).

Como aporte a la opinión dada por el autor principal, se menciona a Castillo, Carrillo y Luengo (2018), en su artículo indicando uno de los objetivos importantes a tomar en cuenta en los sitios web, referente a la relación que debe mostrar su contenido con la temática o rubro en la que se dedica la empresa, con el fin de no generar confusión entre los usuarios que visitan la plataforma web (p. 22).

Para nuestro primer aspecto de Aubry, comprende tres temas. El primer tema abarca sobre el contenido de la página web donde se refiere a todo el diseño de cada apartado de la página web, transmitiendo cada idea, noticia o tema a tratar enfocado a tu marca, para ello siempre tener en cuenta la estructuración y los componentes que tendrá tu sitio web para que sea más atractivo (Aubry, 2018, p. 40). Este tema se divide en ocho elementos:

Párrafos: Es el conjunto de cajas de texto agrupados y ubicados en los diferentes apartados del sitio web, en la cual tendrá que utilizar un tamaño apropiado para la buena lectura del usuario.

Cromática: El mundo es multicolor como nuestra web, aplicar los colores respectivos utilizando el sistema de color RGB, ayuda a que nuestra página tenga otra postura como característica, en la cual se puede agregar color tanto al texto, a las áreas de visualización como al fondo de la página web entre otras.

Tipografía: Mas conocidas como las fuentes genéricas o las familias tipográficas en una página web, en el mundo existen tres grupos de fuentes genéricas ya predeterminadas para los sistemas de Mac OS, Windows o Linux, conociendo así la primera familia tipográfica ideal para sitios web llamada palo seco o tipos sin serifa.

Enlaces: Los hiperenlaces son la esencia del lenguaje de programación HTML, sirven para direccionar hacia otras páginas web o unir páginas entre sí para una mayor información.

Mapa: Más conocidos como los mapas interactivos o zonas de ubicación, ideales para saber con exactitud donde se sitúa una empresa, institución, taller, etc.; enlazados directamente con Google Maps para una mejor vista.

Formularios: Documento digital o formulario web para introducir datos del usuario para luego ser enviados y procesados hacia un servidor de archivos, conformado por botones de opciones, casillas de selección o campos de texto.

Campos de selección: Perteneciente a la caja de herramientas al diseñar un sitio web, formado por botones de selección, desplegable, alternativas, casillas, cajas de texto, etc. Los campos de entrada identificados en el login de la página web al ingresar a su cuenta registrada.

Archivos multimedia: Para mayor performance e interacción en la web, es importante contar con imágenes, sonido y videos que no sean tan pesados, para evitar que la página se cuelgue y darle otro sentido más real, dinámico y llamativo al sitio web.

El segundo tema comprende sobre los requisitos técnicos de la página web, donde se pone en marcha un sitio web creado con un CMS, ya que se necesita de tres servidores en la cual uno albergue la página web, otro sirva como base de datos dependiendo la arquitectura y la temática de la página web creada y el último servidor sea de aplicaciones web mostrando dinámicamente la página de navegación en los diferentes dispositivos de los usuarios (Aubry, 2018, p. 69). Este tema comprende dos elementos:

Servidor hosting: El servidor web más conocido como HTTP devuelve la información mediante páginas cuando los usuarios solicitan o reciben peticiones, dicho servidor queda grabado en la nube realizando conexiones unidireccionales como bidireccionales.

Dispositivos tecnológicos: Si hablamos de dispositivos móviles, consideremos la adaptabilidad de la página web con dichos dispositivos, para ello se puede programar mediante códigos HTML o utilizar las interfaces de celulares o tablets de los desarrolladores de sitios web en línea para una mayor proyección y un toque de profesionalismo al realizar nuestra página web.

El tercer tema consiste sobre la estructuración de información de la página web, donde las páginas se relacionan entre sí, ahondando más en la arquitectura de la información evaluando la correcta distribución de todos los contenidos mostrados en la página web, introducidos y organizados de acuerdo a mayor y menor relevancia (Aubry, 2018, p. 83). Este tema engloba cuatro elementos:

Encabezado: Conocido también como header en inglés y en comando, ubicado en la parte superior de toda página web, conteniendo generalmente el logo de la empresa, institución o taller más el menú de apartados, también suele llevar el título del sitio web resaltado bien en negrita como también la caja de búsqueda si es necesario, en tiempos atrás solo se ponía puro texto dividido en título, subtítulo y texto descriptivo.

Cuerpo: Llamado también body en inglés como en comando, es la parte principal de la página y en ella se inserta toda la descripción, temas, archivos multimedia, pizas gráficas, entre otras, algunos autores lo llaman como la mesa o el cuadro de trabajo donde se deposita toda la información a mostrar a los usuarios.

Pie de página: Visto también como footer en inglés y comando, es el área donde se colocan los créditos del pie de página ubicados en la parte inferior del sitio web, en la cual les brindan información adicional y específica a los lectores considerando también información de contacto como redes sociales hasta el logo de la compañía.

Campos de tipo texto: Son elementos que recogen información enviada o solicitada por los usuarios, perteneciente al contenido de un formulario de datos dentro de una estructura de información, ubicada en la caja de herramientas de controles manuales.

Con respecto al segundo aspecto dado por Ruiz y Grande (2014), expresan que la percepción es un estudio o un proceso de captación y evaluación, donde se fijan los estímulos más importantes procedentes del exterior, logrando interpretar la información que alcanza nuestros sentidos a través de los órganos sensoriales de manera activa y a su vez nos permite comprender el mundo que nos rodea (p. 25).

Reforzando la opinión proporcionada por el autor principal del segundo aspecto, según los autores Palacios, Prieto y Villa (2018), declaran que la percepción es un proceso donde las personas o los clientes se guían de los comportamientos o actitudes de las personas que los atienden y como resultado se ve la satisfacción del usuario o la completa decepción mediante la experiencia vista (p. 251).

En cuanto al segundo aspecto de Ruiz y Grande, comprende dos temas. El primer tema consiste sobre la captación de la percepción de los usuarios donde engloba y adjunta las ideas grabadas al ver un hecho o una noticia que le pareció importante, donde el cerebro realiza el proceso de captar un objetivo de impacto ganando así la atención de la persona (Ruiz y Grande, 2014, p. 25). Este tema se divide en dos elementos:

Reconocimiento: Proceso o acción de identificar algo a través de videos, fotografía, actos físicos, voz, rasgos físicos, movimiento, color, imagen, etc.

Sentidos: Es un mecanismo interno y fisiológico que tienen los seres humanos con la capacidad de poder percibir los estímulos internos como externos a través de células detectoras de sensaciones por medio del olfato, vista, oído, tacto y gusto.

El segundo tema abarca sobre la evaluación de la percepción de los usuarios donde implica determinar bajo sus propios criterios el mérito de un hecho observado por la propia persona, en la cual define su calificación sobre ella o critica la información evaluada bajo un conjunto de normas propiamente fundamentadas (Ruiz y Grande, 2014, p. 26). Este tema comprende dos elementos:

Información: Es un conjunto de palabras más conocida como textos, ordenadas y construidas para transmitir un mensaje hacia el lector, agregando un aprendizaje o conocimiento, frases o temas, canciones, poemas, lecturas entre otras.

Percepción individual: Es un mecanismo único y propio del ser humano donde logra percibir, recibir e interpretar comprendiendo las señales o signos que vienen del exterior, utilizando como arma interna la actividad sensitiva.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de la investigación según su finalidad

La investigación es de tipo aplicada, ya que tiene como objetivo estudiar un problema destinado a la acción aportando hechos nuevos como base teórica para la sociedad (Baena, 2014, p. 11).

3.1.2 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo, simboliza a un conjunto de procesos utilizando la recolección de datos, aprobando las hipótesis con argumentos en la medición junto a un análisis estadístico, con la finalidad de lograr los objetivos establecidos y probar las perspectivas teóricas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 4).

3.1.3 Diseño de la investigación

El diseño de investigación es no experimental, debido a que no se manipulan las variables y se basa en la observación de fenómenos tal cual como se da en su respectivo contexto, luego se analiza (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 152); según corresponda nuestra propuesta se puede clasificar nuestros objetivos a cada fase que dicta los diseños de investigación (Cohen y Gómez, 2019, p. 260).

El nivel de esta investigación es correlacional, ya que tiene como finalidad conocer y mostrar dentro de un contexto la relación que existe entre dos o más variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 93).

3.2 Variables y operacionalización

3.2.1 Identificación de variables

Las dos variables de la respectiva investigación son cualitativas, por lo que se busca una relación entre ambas evaluando sus características, mas no la influencia entre ellas, porque de acuerdo a su estado una variable no depende de otra.

De igual manera, tanto la página web de las normas legales del estado como la percepción de los usuarios pertenecen a un valor de escala nominal, porque tienen la clasificación y un orden de datos limitado, básicamente se diferencian por categorías de esa misma escala, así mismo sostienen alguna relación entre ellas (Dagnino, 2014, p. 110).

Tabla 1. *Identificación de variables*

VARIABLE	SEGÚN SU NATURALEZA	ESTADO	ESCALA
Página web	Cualitativa	Independiente	Nominal
Percepción de los usuarios	Cualitativa	Independiente	Nominal

Fuente: *Elaboración propia.*

Variable: Página web.

En este capítulo, se conocerá todo lo referente a una página web, iniciando por el contenido, requisitos técnicos necesarios y su estructuración de información (Aubry, 2018, p. 39).

Variable: Percepción de los usuarios.

La percepción de las personas es un proceso de captación y evaluación, donde se fijan los aspectos más importantes procedentes del exterior y a su vez nos permite comprender el mundo que nos rodea (Ruiz y Grande, 2014, p. 25).

La operacionalización de la variable contiene dos definiciones una conceptual y la otra operacional, ambas ayudaran a operacionalizar las variables para convertirlas en dimensiones, luego se convierten en indicadores y finalmente estarán listas para ser añadidas en la construcción del instrumento (Vea el Anexo N° 1).

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La población del presente estudio es finita, ya que se conoce y se puede contabilizar el número total de todos los trabajadores de las respectivas 3 empresas mencionadas a continuación: OSCE = 100 colaboradores, La Contraloría = 80 colaboradores y CEPEG = 40 colaboradores, siendo el tamaño total de la población de 220 trabajadores de las diferentes empresas públicas como privadas de la ciudad de Lima. Por otra parte, es preferible establecer de manera clara las características de la población, con el fin de delimitar los parámetros muestrales señalados (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 174).

3.3.2 Criterios de inclusión

Se tomó como muestra para la recolección de datos, a los empleados que trabajan en las diferentes áreas de las empresas públicas como privadas enfocadas en el rubro de gestión y contratación pública bajo la nueva ley del estado, igualmente se contó con el gerente general de la empresa Compras Públicas informándole sobre la ejecución y considerándolo también parte de la investigación.

3.3.3 Criterios de exclusión

Se consideró como apoyo a los compañeros de la universidad estudiantes de la carrera de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, a profesores de la carrera como también algunos profesionales en el rubro del diseño gráfico.

3.3.4 Muestra

La muestra viene hacer un subgrupo de población, que pertenecen al conjunto de elementos y características relacionados con la población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 175).

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de población finita, en la cual se aplicará el instrumento a 140 personas. Para ello, se halló el siguiente calculo:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población = 220

Z = Nivel de confianza 95% = 1.96

p = Probabilístico de éxito 50% = 0.5

q = Probabilístico de fracaso 50% = 0.5

e = Margen de error aceptado 5% = 0.05

Formula:

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

$$n = \frac{220 * (1.96^2) * (0.5) * (0.5)}{(0.05^2) * (219) + (1.96^2) * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{211.288}{1.5079}$$

$$n = 140.12$$

$$n = 140$$

3.3.5 Muestreo

Para esta investigación se empleó como desarrollo la técnica del muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple. Estos muestreos probabilísticos son esenciales para los diseños de investigación transeccionales como correlacionales-causales (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 177).

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

3.4.1 Técnica

La técnica que se desarrolló en esta investigación es la encuesta, empleada como medio de recolección de datos de forma precisa y transparente, compuesta por preguntas relacionadas a la página web sobre las normas legales del estado y la percepción de los usuarios de Lima. Como propósito de la investigación tipo encuesta es describir las características específicas de un gran grupo de personas, instituciones u objetos, utilizando diferentes técnicas de recogida de datos en un grupo más reducido (Martínez, 2014, p. 49).

3.4.2 Instrumento

El instrumento de esta investigación es un cuestionario, formado por 18 ítems enfocados en los indicadores de ambas variables de estudio, con el fin de aprobar satisfactoriamente los objetivos de la investigación, trabajados con alternativas de respuestas politómicas basados en escala de Likert (Vea el Anexo N° 2).

La categoría de valores de escala utilizadas en este instrumento, son las siguientes:

Totalmente de acuerdo: (5)

De acuerdo: (4)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo: (3)

En desacuerdo: (2)

Totalmente en desacuerdo: (1)

3.4.3 Validez

En general, nos referimos al grado en el que un instrumento mide o pretende medir efectivamente la variable, utilizando un método que de un buen rendimiento preciso y que no salga fuera de contexto, sino será invalido y no podrá aplicarse (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 200).

Por medio de una ficha de expertos, compuesto por 11 preguntas con alternativas dicotómicas de SI y NO, la respectiva encuesta fue evaluada y aprobada (Vea el Anexo N° 4).

Así mismo, se trabajó la siguiente tabla binomial de expertos:

Tabla 2. Prueba binomial

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Mg. Alcedo	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		
Mg. Bernaza	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		
Mg. Robalino	Grupo 1	SI	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	NO	1	,09		
	Total		11	1,00		

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

La validación del instrumento se obtiene gracias al apoyo de la Mg. Dessire Allinson Alcedo Sanz, Mg. Rocio Lizzett Bernaza Zavala y Mg. Karla Robalino Sanchez, docentes de la escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad Cesar Vallejo de Lima Norte.

La prueba binomial efectuada en el software IBM SPSS Statistics 25, nos dio como resultado bilateral de 0.012 siendo <0.05 tal como se muestra en la tabla, lo que significa que el instrumento es válido y puede ser aplicado.

3.4.4 Confiabilidad

Es el grado en el que se aplica el instrumento repetidamente al mismo sujeto u objeto y produce resultados coherentes (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 200).

En el presente caso, se tomó en uso el Alfa de Cronbach, para medir la confiabilidad del instrumento de las pruebas politómicas en conjunto con el SPSS 25, obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 3. Cuadro de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,880	18

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Tabla 4. Interpretación de rangos

Rangos	Nivel
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Elaboración propia, tomado de Paella y Martins (2010).

De acuerdo al análisis de confiabilidad, el Alfa de Cronbach indica un resultado de 0,880, esto quiere decir que el instrumento es muy confiable, porque se encuentra en un buen nivel entre 0,81 a 1,00.

3.5 Procedimientos

Como primer detalle para la recolección de información se utilizó, la biblioteca digital por medio de trilce que nos proporciona la universidad, así mismo, se usó las bases de datos como Scopus, EBSCO HOST y EBSCO Information Services, de igual forma se buscó en distintas bases de datos como buscadores de universidades y plataformas como Scielo, Google Books, Google Academy, refseek, ProQuest, entre otras. Para la elaboración de la encuesta se estableció la escala de medición de tipo Likert, esta fue validada por docentes expertos de la carrera, organizando la información a través de una tabla binomial dando como resultado la aprobación de dicho instrumento con 0.012. Luego se desarrolló un formulario de Google, donde se envió la encuesta a 3 empresas a través del correo electrónico como el Whatsapp siendo un total de 220 trabajadores como población, se recibieron 146 respuestas y mediante el programa App Sorteos seleccionó aleatoriamente 140 encuestas, llegando así a la muestra total de la investigación, de igual manera se dio inicio a la confiabilidad del instrumento, pasando toda la data al programa IBM SPSS Statistics 25, logrando como resultado de confiabilidad 0.880 con un total de 140 personas encuestadas y 18 preguntas formuladas.

Finalmente, se ejecutó las tablas para cada pregunta, también para la prueba de normalidad y para la correlación de las hipótesis se efectuó la tabla de Rho de Spearman.

3.6 Método de análisis de datos

Para esta investigación, se elaboró un instrumento de tipo encuesta, por lo cual el método de análisis estadístico es descriptivo, con un total de 18 ítems con alternativas politómicas trabajadas en escala de Likert. El instrumento fue evaluado y aprobado por 3 expertos, y se procedió aplicar la encuesta a 140 personas basadas en empresas dedicadas a la gestión y contratación pública, luego se recolectó los datos y se vació la data al programa estadístico SPSS 25 para tabular los resultados, gracias a esa información, se obtuvo la prueba binomial y la prueba de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach haciéndolo valido y fiable el instrumento para continuar con el desarrollo del análisis descriptivo e inferencial.

3.6.1 Análisis descriptivo

El presente instrumento cuenta con 18 ítems politómicas, de las cuales 14 son referentes a la primera variable: Página web y 4 son referentes a la segunda variable: Percepción de los usuarios.

Tabla 5. *Pregunta N°1*

1. ¿Los párrafos en los diferentes apartados de la página web están ordenados?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	76	54,3	54,3	54,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	64	45,7	45,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se puede apreciar en la tabla 5, de los 140 colaboradores encuestados, el 45,7% está totalmente de acuerdo con el orden correcto de los párrafos ubicados en los diferentes apartados de la página web, por otro lado, el 54,3% está de acuerdo con esta pregunta.

Tabla 6. Pregunta N°2

2. ¿La cromática utilizada en toda la página atrae su atención?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	80	57,1	57,1	57,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	60	42,9	42,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se logra observar en la tabla 6, de los 140 colaboradores encuestados, el 42,9% está totalmente de acuerdo con la cromática utilizada en los diferentes apartados de la página web atrayendo la atención de los usuarios y el 57,1% de personas, están de acuerdo con los colores aplicados.

Tabla 7. Pregunta N°3

3. ¿Las fuentes tipográficas están bien posicionadas y son entendibles?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	77	55,0	55,0	55,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	63	45,0	45,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se puede notar en la tabla 7, de los 140 colaboradores encuestados, el 45% está totalmente de acuerdo con la tipografía seleccionada y empleada en los diferentes apartados de la página web, mientras el 55% está de acuerdo con las fuentes tipográficas utilizadas.

Tabla 8. Pregunta N°4

4. ¿Los enlaces a otras redes sociales son importantes para una mayor información sobre esta página web?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	62	44,3	44,3	44,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	78	55,7	55,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se muestra en la tabla 8, de los 140 colaboradores encuestados, el 55,7% está totalmente de acuerdo con la importancia de los enlaces y direccionamiento a otras redes sociales para otorgar una mayor información y sobre todo que funcionen correctamente, puesto que el 44,3% estuvo de acuerdo con esta interrogante.

Tabla 9. Pregunta N°5

5. ¿La ubicación de la empresa es muy importante dentro del apartado de contactos del sitio web?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	78	55,7	55,7	55,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	62	44,3	44,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se aprecia en la tabla 9, de los 140 colaboradores encuestados, el 44,3% se encuentra totalmente de acuerdo con la importancia de la ubicación de la empresa a través de un mapa alojado en sección contactos, para el 55,7% de encuestados respondieron de acuerdo.

Tabla 10. Pregunta N°6

6. ¿Usted cree que los formularios de registros de datos para los usuarios, generan mayores expectativas e información, comercialización y promociones sobre el negocio de la empresa dentro de la página web?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	75	53,6	53,6	53,6
	TOTALMENTE DE ACUERDO	65	46,4	46,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se logra observar en la tabla 10, de los 140 colaboradores encuestados, el 46,4% se encontró totalmente de acuerdo hacia los formularios de registros de datos para los usuarios, que generan mayores expectativas e información detallada para las personas que visitan la página web de la empresa, por otra parte, el 53,6% se encontraron de acuerdo.

Tabla 11. Pregunta N°7

7. ¿Los diferentes campos funcionan correctamente y le permite seleccionar la información requerida en la página web?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	76	54,3	54,3	54,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	64	45,7	45,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se puede ver en la tabla 11, de los 140 colaboradores encuestados, el 45,7% marcaron totalmente de acuerdo hacia los diferentes campos del sitio web y su funcionamiento correcto direccionando la información que solicita el usuario, dando un 54,3% de encuestados que están de acuerdo con este tema.

Tabla 12. Pregunta N°8

8. ¿Le genera mayor conocimiento y aspecto visual al observar los videos colgados y las piezas gráficas en el sitio web?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	80	57,1	57,1	57,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	60	42,9	42,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se logra apreciar en la tabla 12, de los 140 colaboradores encuestados, el 42,9% indicaron totalmente de acuerdo con los videos e imágenes como parte de los archivos multimedia que generan mayores conocimientos a los encuestados y al público en general, desde otro ángulo, con un 57,1% están de acuerdo coincidiendo los niveles altos de satisfacción.

Tabla 13. Pregunta N°9

9. ¿Navega con normalidad en internet y le ofrece seguridad y protección confiable la página web de la empresa Compras Públicas S.A.C.?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	1	,7	,7	,7
	DE ACUERDO	64	45,7	45,7	46,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	75	53,6	53,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se muestra en la tabla 13, de los 140 colaboradores encuestados, el 53,6% está totalmente de acuerdo con la seguridad y protección confiable que ofrece la página web a los usuarios que navegan en ella y con normalidad, mientras que el 45,7% estuvieron de acuerdo, sin embargo, el 0,7% estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 14. Pregunta N°10

10. ¿Está de acuerdo con la adaptabilidad de la página web con los diferentes dispositivos tecnológicos como los celulares y tablets?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	71	50,7	50,7	50,7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	69	49,3	49,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se nota en la tabla 14, de los 140 colaboradores encuestados, el 49,3% indicaron totalmente de acuerdo con la adaptabilidad de la página web a los diferentes dispositivos móviles, y el 50,7% de los usuarios están de acuerdo coincidiendo con los niveles más altos de satisfacción.

Tabla 15. Pregunta N°11

11. ¿El encabezado del sitio web presenta orden y atracción despertando el interés del usuario por navegar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	1	,7	,7	,7
	DE ACUERDO	76	54,3	54,3	55,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	63	45,0	45,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se logra visualizar en la tabla 15, de los 140 colaboradores encuestados, el 45% se encuentra totalmente de acuerdo con el correcto orden y atracción del encabezado del sitio web, dando un 54,3% de acuerdo y finalmente un 0,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 16. Pregunta N°12

12. ¿El contenido principal es adecuado en su tamaño y transmite información valiosa para los usuarios?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2	1,4	1,4	1,4
	DE ACUERDO	71	50,7	50,7	52,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	67	47,9	47,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se puede observar en la tabla 16, de los 140 colaboradores encuestados, el 47,9% está totalmente de acuerdo acerca del contenido del sitio web, 50,7% está de acuerdo y por último el 1,4% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 17. Pregunta N°13

13. ¿Está de acuerdo con la información específica colocada en el pie de página del sitio web?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2	1,4	1,4	1,4
	DE ACUERDO	70	50,0	50,0	51,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	68	48,6	48,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se puede ver en la tabla 17, de los 140 colaboradores encuestados, el 48,6% estuvo totalmente de acuerdo respecto al contenido del pie de página del sitio web y su información importante y específica en la cual ayuda al usuario a conocer más la plataforma web, para el resto de encuestados el 50% estuvieron de acuerdo y la pequeña parte el 1,4% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 18. Pregunta N°14

14. ¿Concuerda con la ubicación de todos los elementos insertados dentro del formulario de los apartados de la página web, agregando y direccionando hacia la información que le indica?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	77	55,0	55,0	55,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	63	45,0	45,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se logra observar en la tabla 18, de los 140 colaboradores encuestados, el 45% marcaron totalmente de acuerdo con la ubicación de todos los elementos insertados en la página, dicha pregunta obtuvo un 55% aceptación estando de acuerdo la mayoría de encuestados.

Tabla 19. Pregunta N°15

15. ¿Cree usted que la página web impacta visualmente su atención logrando reconocer la marca?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	2	1,4	1,4	1,4
	DE ACUERDO	81	57,9	57,9	59,3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	57	40,7	40,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Como se muestra en la tabla 19, de los 140 colaboradores encuestados, el 40,7% se encuentran totalmente de acuerdo acerca del impacto visual que genera la página web y el reconocimiento de marca, también se obtuvo un 57,9% de acuerdo y un 1,4% que estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 20. Pregunta N°16

16. ¿La página web se deja percibir a través de los sentidos de la vista y el oído?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	3	2,1	2,1	2,1
	DE ACUERDO	70	50,0	50,0	52,1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	67	47,9	47,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Tal como se observa en la tabla 20, de los 140 colaboradores encuestados, el 47,9% está totalmente de acuerdo que la página web trabaja mucho con los sentidos y la percepción de las personas dando también un 50% de encuestados que están de acuerdo, sin embargo, algunos indicaron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo dando un 2,1%.

Tabla 21. Pregunta N°17

17. ¿El sitio web contribuye en la formación y actualización de los temas enfocados a la contratación pública del estado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	74	52,9	52,9	52,9
	TOTALMENTE DE ACUERDO	66	47,1	47,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Tal como se muestra en la tabla 21, de los 140 colaboradores encuestados, el 47,1% señalaron totalmente de acuerdo con la buena contribución, actualización, capacitación y formación sobre las contrataciones públicas, indicando también un 52,9% de acuerdo con la información publicada.

Tabla 22. Pregunta N°18

18. ¿Usted recibe, interpreta y comprende claramente el contenido mostrado en la página web mediante la actividad sensitiva?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DE ACUERDO	65	46,4	46,4	46,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	75	53,6	53,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Tal como se logra apreciar en la tabla 22, de los 140 colaboradores encuestados, el 53,6% marcaron totalmente de acuerdo en base a la percepción individual sobre los contenidos de la página web, por otra parte, los encuestados dieron su opinión dando un 46,4% estando de acuerdo.

3.6.2 Análisis inferencial

Para el siguiente análisis inferencial se va a contrastar la correlación de las hipótesis planteadas y se va a comprobar el método a utilizar mediante la tabla de la prueba de normalidad.

Tabla 23. Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
PÁGINA WEB	,166	140	,200	,948	140	,014
PERCEPCIÓN	,263	140	,090	,874	140	,044
Contenido	,212	140	,000	,901	140	,000
RequisitosT	,336	140	,010	,750	140	,004
EstructuraInformacion	,250	140	,000	,866	140	,006

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Se uso el Kolmogorov-Smirnov, porque la investigación fue aplicada a 140 personas en base a la muestra siendo mayor a 50; como resultado de la prueba de normalidad salió la significancia menor a 0.05, lo que significa que es anormal y se utilizara el Rho de Spearman para la correlación de las hipótesis.

3.6.2.1 Contrastación y correlación de la hipótesis general

Hi: Existe relación efectiva entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

Tabla 24. Cuadro de correlación entre página web y percepción de los usuarios

Correlaciones				
			V1_PAG	V2_PERC
Rho de Spearman	V1_PAG	Coeficiente de correlación	1,000	,748**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	140	140
	V2_PERC	Coeficiente de correlación	,748**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	140	140

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

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Se muestra una significancia de 0,004 siendo menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la nula, en cuanto al coeficiente de correlación de acuerdo al baremo tenemos una correlación positiva alta de 0,748, es decir que existe relación efectiva entre la Página Web y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

3.6.2.2 Contrastación y correlación de las hipótesis específicas

Percepción de los usuarios y contenido

Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Tabla 25. Cuadro de correlación entre percepción de los usuarios y contenido

Correlaciones				
			V2_PERC	Contenido
Rho de Spearman	V2_PERC	Coeficiente de correlación	1,000	,809**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	140	140
	Contenido	Coeficiente de correlación	,809**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	140	140

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Se muestra una significancia de 0,000 siendo menor a 0,05, es decir, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la nula, en cuanto al coeficiente de correlación de acuerdo al baremo tenemos una correlación positiva alta de

0,809, lo cual existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Percepción de los usuarios y requisitos técnicos

Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Tabla 26. Cuadro de correlación entre percepción de los usuarios y requisitos técnicos

Correlaciones				
			V2_PERC	Requisitos Técnicos
Rho de Spearman	V2_PERC	Coeficiente de correlación	1,000	,715**
		Sig. (bilateral)	.	,007
		N	140	140
	RequisitosT	Coeficiente de correlación	,715**	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	140	140

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: *Elaboración propia, realizado en SPSS 25.*

Se muestra una significancia de 0,007 siendo menor a 0,05, entonces, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la nula, en cuanto al coeficiente de correlación de acuerdo al baremo tenemos una correlación positiva alta de 0,715, por lo cual existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Percepción de los usuarios y estructuración de información

Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

Tabla 27. Cuadro de correlación entre percepción de los usuarios y estructuración de información

Correlaciones				
			V2_PER C	Estructura de Información
Rho de Spearman	V2_PERC	Coeficiente de correlación	1,000	,679*
		Sig. (bilateral)	.	,036
		N	140	140
	EstructuradInformacion	Coeficiente de correlación	,679*	1,000
		Sig. (bilateral)	,036	.
		N	140	140

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, realizado en SPSS 25.

Se muestra una significancia de 0,036 siendo menor a 0,05, lo cual, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la nula, en cuanto al coeficiente de correlación de acuerdo al baremo tenemos una correlación positiva moderada de 0,679, esto nos indica que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.

3.7 Aspectos éticos

Dentro de los aspectos éticos de la investigación, se pidió al gerente general de la empresa Compras Públicas que nos ayude con la distribución de la encuesta a las diferentes empresas públicas como privadas dentro de su línea de trabajo, para luego vaciar la data utilizando el programa IBM SPSS Statistics versión 25, desarrollando los resultados obtenidos en las tablas de cada etapa. Para hacer que la investigación tenga un valor muy importante, reflejando la originalidad en la redacción y haciéndolo único propio del autor, se utilizó una plataforma de similitud llamado Turnitin para confirmar que el documento es de gran utilidad y no es copia de otros autores. Finalmente, todas las fuentes mencionadas, han sido referenciadas bibliográficamente, organizando y citando correctamente siguiendo la guía del manual de normativa APA 2017.

IV. RESULTADOS

En el presente capítulo se desarrolló los resultados provenientes de nuestro análisis descriptivo e inferencial, mediante la encuesta aplicada a 140 trabajadores del sector público como privado, dividido en 18 preguntas en base a la página web de las normas legales de la empresa Compras Públicas y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

Resultados del Análisis Descriptivo

Ítem 1:

Acerca de los resultados de la primera pregunta, se reveló una gran aceptación entre las 140 personas encuestadas dando un 45,7% totalmente de acuerdo y un 54,3% de acuerdo (Vea la Tabla N° 5). Lo que significa que los párrafos dentro de los diferentes apartados de la página web se encuentran correctamente organizados y ordenados, por otro lado, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con el orden que se estableció a los párrafos del sitio web. Por lo tanto, se evidencia que, para los trabajadores de las 3 empresas enfocadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran conformes con relación a esta pregunta planteada.

Ítem 2:

Respecto a los resultados de la segunda pregunta, se determinó entre las 140 personas encuestadas dando una respuesta positiva de 42,9% totalmente de acuerdo y un 57,1% de acuerdo (Vea la Tabla N° 6). Esto quiere decir que la cromática utilizada en todas las interfaces de la página web, atrae la atención del usuario al momento de navegar dentro de ella, así mismo, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con el color que se aplicó en las diferentes secciones del sitio web. Por lo tanto, se corrobora que, para los trabajadores de las distintas entidades enfocadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran satisfechas con relación a la pregunta formulada.

Ítem 3:

Sobre los resultados de la tercera pregunta, se demostró un mayor porcentaje entre las 140 personas encuestadas obteniendo un 45% totalmente de acuerdo y un 55% de acuerdo (Vea la Tabla N° 7). Lo que significa que las fuentes tipográficas implementadas son entendibles y están bien posicionadas, por otra parte, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con las familias tipográficas que se empleó en todos los apartados del sitio web. Por lo tanto, se constata que, para los colaboradores de las diferentes entidades públicas como privadas relacionadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran a gusto con relación a la pregunta aplicada.

Ítem 4:

Referente a los resultados de la cuarta pregunta, se identificó una gran aprobación entre las 140 personas encuestadas teniendo un 55,7% totalmente de acuerdo y un 44,3% de acuerdo (Vea la Tabla N° 8). Esto quiere decir que los enlaces a otras redes sociales son muy importantes para una mayor información sobre la página web de la empresa, de igual forma, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con los direccionamientos a otras redes sociales de la empresa ubicados en el pie de página del sitio web. Por lo tanto, se demuestra que, para todos los trabajadores de las 3 empresas públicas como privadas vinculadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran acorde con relación a la pregunta indicada.

Ítem 5:

En base a los resultados de la quinta pregunta, se distinguió entre las 140 personas encuestadas mostrando un excelente porcentaje de 44,3% totalmente de acuerdo y un 55,7% de acuerdo (Vea la Tabla N° 9). Lo que significa que es importante añadir en la página web, la ubicación de la empresa dentro del apartado de contactos, de igual manera, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con alojar un mapa de ubicación de la empresa enlazado a Google Maps dentro del

sitio web. Por lo tanto, se confirma que, para los trabajadores de las diferentes entidades asociadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran totalmente conformes con relación a la pregunta formulada.

Ítem 6:

En cuanto a los resultados de la sexta pregunta, se indicó un porcentaje netamente positivo entre las 140 personas encuestadas dando un 46,4% totalmente de acuerdo y un 53,6% de acuerdo (Vea la Tabla N° 10). Esto quiere decir que los formularios de registro de datos, generan mayores expectativas de comercio y ayudan en el negocio de la empresa, sin embargo, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con el apoyo de difundir la información de promociones a través de los correos electrónicos de los usuarios cuando se registren dentro del sitio web. Por lo tanto, se comprueba que, para los colaboradores de las distintas empresas sumergidas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran satisfechas con relación a la pregunta planteada.

Ítem 7:

En mención a los resultados de la séptima pregunta, se estableció un resultado totalmente positivo entre las 140 personas encuestadas mostrando un 45,7% totalmente de acuerdo y un 54,3% de acuerdo (Vea la Tabla N° 11). Lo que significa que los diferentes campos, funcionan correctamente permitiendo seleccionar la información requerida en la página web, en cambio, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con los diferentes campos aplicados dentro del sitio web. Por lo tanto, se prueba que, para los trabajadores de las 3 empresas públicas como privadas situadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran a gusto con relación a la pregunta aplicada.

Ítem 8:

En alusión a los resultados de la octava pregunta, se dictaminó entre las 140 personas encuestadas logrando un 42,9% totalmente de acuerdo y un 57,1% de acuerdo (Vea la Tabla N° 12). Esto quiere decir que los videos y las piezas gráficas colgados en la página web, les generan mayor conocimiento y aspecto visual, en otro contexto, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con los archivos multimedia publicados en el sitio web. Por lo tanto, se confirma que, para los trabajadores de las diferentes entidades posicionadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran acorde con relación a la pregunta indicada.

Ítem 9:

Acerca de los resultados de la novena pregunta, se reveló una gran aceptación entre las 140 personas encuestadas teniendo un 53,6% totalmente de acuerdo, 45,7% de acuerdo y tan solo un 0,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo (Vea la Tabla N° 13). Lo que significa que navegan con normalidad y a la vez la página web les ofrece seguridad como también confianza, desde otro punto de vista, solo uno (0.7%) indicó estar en un nivel intermedio mostrando dudas referente a esta pregunta, lo cual pudo haber ocurrido fallas con el internet del encuestado al momento de ingresar al sitio web o que no halla navegado lo suficiente accediendo a todos los apartados y opciones que le ofrece la página, de igual modo, no se presentaron opiniones que estén en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la seguridad y la protección confiable del sitio web. Por lo tanto, se corrobora que, para los colaboradores de las distintas entidades públicas como privadas relacionadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se observa una mayor preferencia por parte de las empresas del sector privado hacia la pregunta formulada.

Ítem 10:

Respecto a los resultados de la décima pregunta, se determinó entre las 140 personas encuestadas dando una respuesta positiva de 49,3% totalmente de acuerdo y un 50,7% de acuerdo (Vea la Tabla N° 14). Esto quiere decir que están de acuerdo con la adaptabilidad de la página web, hacia otros dispositivos tecnológicos, en otra perspectiva, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con la técnica del responsive hacia los diferentes dispositivos móviles del sitio web. Por lo tanto, se evidencia que, para los trabajadores de las 3 empresas asociadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran satisfechas con relación a la pregunta planteada.

Ítem 11:

Sobre los resultados de la onceava pregunta, se demostró un mayor porcentaje entre las 140 personas encuestadas obteniendo un 45% totalmente de acuerdo, 54,3% de acuerdo y tan solo un 0,7% ni de acuerdo ni en desacuerdo (Vea la Tabla N° 15). Lo que significa que el encabezado de la página web presenta orden y atracción, desde otro ángulo, solo muy pocos (0.7%) señalaron estar en un nivel intermedio, esto puede ser a que muchos no le toman importancia al encabezado y más se centran en el contenido, para ello se trabajó en un diseño más llamativo para que despierte el interés del usuario por navegar a través del menú de apartados, del mismo modo, no se presentaron opiniones que estén en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con el completo orden y un diseño atractivo de parte del header del sitio web. Por lo tanto, se constata que, para los colaboradores de las distintas entidades públicas como privadas situadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se observa una mayor preferencia por parte del sector público hacia la pregunta indicada.

Ítem 12:

Referente a los resultados de la doceava pregunta, se identificó una gran aprobación entre las 140 personas encuestadas logrando un 47,9% totalmente de acuerdo, 50,7% de acuerdo y tan solo un 1,4% ni de acuerdo ni en desacuerdo (Vea la Tabla N° 16). Esto quiere decir que el contenido principal de la página web es adecuado en su tamaño y transmite información valiosa, desde otro enfoque, solo muy pocos (1.4%) apuntaron en un nivel intermedio, posiblemente el contenido de la web nos les pareció de gran importancia como también pudo haber faltado algunos puntos importantes en el tema, desde otra mirada, no se presentaron opiniones que estén en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con el contenido completo en su respectivo tamaño y con información valiosa para el usuario dentro del sitio web. Por lo tanto, se demuestra que, para todos los trabajadores de las 3 empresas públicas como privadas vinculadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se observa una mayor diferencia positivamente frente a la pregunta aplicada.

Ítem 13:

En base a los resultados de la treceava pregunta, se distinguió una gran aceptación entre las 140 personas encuestadas dando un 48,6% totalmente de acuerdo, 50% de acuerdo y tan solo un 1,4% ni de acuerdo ni en desacuerdo (Vea la Tabla N° 17). Lo que significa que los encuestados están de acuerdo con la información específica colocada en el pie de página, además, solo un pequeño grupo (1.4%) se sintieron en un nivel intermedio, tal vez no entendieron con claridad o no consideran importante los datos específicos que muestra el pie de página de la plataforma web, igualmente, no se presentaron opiniones que estén en desacuerdo o totalmente en desacuerdo respecto al contenido específico que trae el pie de página del sitio web. Por lo tanto, se comprueba que, para los colaboradores de las distintas empresas sumergidas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se observa una amplia distancia positiva entre las empresas frente a la pregunta formulada.

Ítem 14:

En cuanto a los resultados de la catorceava pregunta, se indicó un porcentaje netamente positivo entre las 140 personas encuestadas dando un 45% totalmente de acuerdo y un 55% de acuerdo (Vea la Tabla N° 18). Esto quiere decir que están de acuerdo con todos los elementos insertados dentro del formulario de apartados de la página web, también, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con los elementos y herramientas necesarias desarrolladas en el sitio web. Por lo tanto, se prueba que, para los trabajadores de las 3 empresas enfocadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, concuerdan con relación a la pregunta planteada.

Ítem 15:

En mención a los resultados de la quinceava pregunta, se estableció un mayor porcentaje entre las 140 personas encuestadas teniendo un 40,7% totalmente de acuerdo, 57,9% de acuerdo y tan solo un 1,4% ni de acuerdo ni en desacuerdo (Vea la Tabla N° 19). Lo que significa que la página web impacta visualmente la atención del usuario, desde otra opinión, un pequeño grupo (1.4%) escogieron un nivel intermedio, se pudo interpretar que algunos encuestados no les agrada las páginas formales o con estilo minimalista y esta web diseñada con ese estilo pero con un formato más dinámico contribuye de manera positiva la mayoría de pensamientos y atracción visual, en otro caso, no se presentaron opiniones que estén en desacuerdo o totalmente en desacuerdo respecto al impacto y reconocimiento visual de la marca a través del sitio web. Por lo tanto, se evidencia que, para los trabajadores de las diferentes entidades posicionadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se observa que existe una gran respuesta positiva por parte de las empresas frente a la pregunta indicada.

Ítem 16:

En alusión a los resultados de la dieciseisava pregunta, se dictaminó una gran aprobación entre las 140 personas encuestadas obteniendo un 47,9% totalmente de acuerdo, 50% de acuerdo y tan solo un 2,1% ni de acuerdo ni en desacuerdo (Vea la Tabla N° 20). Esto quiere decir que la página web se deja percibir a través de los sentidos, visto de otro modo, solo muy pocos encuestados (2.1%) se encuentran en un nivel intermedio, probablemente los usuarios tengan algún problema de la vista como sonoro o tal vez no entiendan la información transmitida mediante videos como piezas gráficas publicitarias, en otra expectativa, no se presentaron opiniones que estén en desacuerdo o totalmente en desacuerdo respecto al manejo de los sentidos a través de la percepción de los usuarios mientras navegan en el sitio web. Por lo tanto, se constata que, para los colaboradores de las distintas entidades públicas como privadas situadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se observa que existe mayor concordancia entre las empresas encuestadas en relación a la pregunta aplicada.

Ítem 17:

Acerca de los resultados de la diecisieteava pregunta, se desarrolló entre las 140 personas encuestadas dando una respuesta positiva de 47,1% totalmente de acuerdo y un 52,9% de acuerdo (Vea la Tabla N° 21). Lo que significa que la página web contribuye en la formación y actualización de los temas enfocados a la contratación pública del estado, de la misma forma, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con las capacitaciones constantes y virtuales mediante el sitio web. Por lo tanto, se corrobora que, para los trabajadores de las 3 empresas asociadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran a gusto con relación a la pregunta planteada.

Ítem 18:

Referente a los resultados de la dieciochoava pregunta, se identificó un porcentaje netamente positivo entre las 140 personas encuestadas dando un 53,6% totalmente de acuerdo y un 46,4% de acuerdo (Vea la Tabla N° 22). Esto quiere decir que los usuarios reciben, interpretan y comprenden claramente el contenido mostrado en la página web por medio de la actividad sensitiva, en otra estructura, no se muestran opiniones que estén en desacuerdo con la comprensión lectora y sensitiva referente a la información subida por parte de la empresa a su plataforma web. Por lo tanto, se confirma que, para los colaboradores de las diferentes entidades públicas como privadas relacionadas en el rubro de gestión pública y contrataciones con el estado, se encuentran a acorde con relación a la pregunta formulada.

Resultados del Análisis Inferencial

Hipótesis general: Página web y percepción de los usuarios

En cuanto a los resultados obtenidos en nuestra hipótesis general, se estableció un valor de 0,004 de significancia siendo menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, logrando así una correlación positiva alta de 0,748 según el baremo de correlación, demostrando que existe relación efectiva entre la Página Web y la percepción de los usuarios de Lima – 2021. Así se corrobora la relación que genera la página web con la percepción de los usuarios, dando a conocer las actuales normativas de contrataciones del estado a través de un servicio web donde los colaboradores de las distintas empresas podrán capacitarse y actualizarse observando las diferentes piezas gráficas, videos y el material didáctico que ofrece la empresa Compras Públicas.

Hipótesis específica 1: Percepción de los usuarios y contenido

Acerca de los resultados alcanzados en nuestra hipótesis específica 1, se desarrolló un valor de 0,000 de significancia siendo menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, logrando así una correlación positiva alta de 0,809 según el baremo de correlación, confirmando que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Así se corrobora la relación que genera la percepción de los usuarios con el contenido de la página web, mostrando una aceptación y satisfacción con la información mostrada en cada apartado del sitio web, cautivando su atención e impresión a través de los sentidos de las personas.

Hipótesis específica 2: Percepción de los usuarios y requisitos técnicos

En cuanto a los resultados obtenidos en nuestra hipótesis específica 2, se estableció un valor de 0,007 de significancia siendo menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, logrando así una correlación positiva alta de 0,715 según el baremo de correlación, demostrando que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Así se corrobora la relación que genera la percepción de los usuarios con los requisitos técnicos de la página web, evidenciando la importancia y función principal que debemos considerar al diseñar nuestro sitio web, utilizando estas herramientas de software con la finalidad que nuestra plataforma sea subida, adaptado, transmitido y que el usuario navegue de manera perfecta sin problemas por la internet.

Hipótesis específica 3: Percepción de los usuarios y estructuración de información

Acerca de los resultados alcanzados en nuestra hipótesis específica 3, se desarrolló un valor de 0,036 de significancia siendo menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, logrando así una correlación positiva moderada de 0,679 según el baremo de correlación, confirmando que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Así se corrobora la relación que genera la percepción de los usuarios con la estructuración de información de la página web, presentando un orden y distribución de los elementos, secciones, archivos, enlaces y párrafos de manera simétrica en toda la maquetación del sitio web, conectando efectivamente a un grupo de personas a través de la percepción visual.

V. DISCUSIÓN

En este capítulo se presentó y se analizó los resultados de nuestra investigación obtenidos del análisis descriptivo e inferencial, comparados con los antecedentes nacionales e internacionales que parten del marco teórico, relacionados a nuestras variables de estudio y reforzados con artículos científicos indexados, en la cual serán evaluados mediante su metodología para determinar su semejanza o su diferencia entre ellas.

Discusión de los Resultados Descriptivos

La pregunta 1 obtuvo resultados positivos dando un (98,5%) de aprobación acerca del correcto orden y organización de los párrafos dentro de los diferentes apartados de la página web. De igual forma (Rojas, 2014, p. 62 y Bueno, 2014, p. 86) coinciden con los porcentajes similares entre 70 – 99%; siendo reforzado por (Santiago, Jiménez y Otero, 2015, p. 22) quienes señalan en su artículo científico que el texto debe ser distribuido y adecuado correctamente en todas sus secciones o menús organizados para la vista en páginas web como en dispositivos móviles. Finalmente, nuestros resultados corroboran con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 40) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 2 presentó resultados positivos dando un (98%) de aceptación acerca de la cromática utilizada en todas las interfaces de la página web para medir la atracción del usuario. De igual forma (Bueno, 2014, p. 40 y Benites, 2017, p. 27) coinciden con los porcentajes similares entre 75 – 98%; siendo reforzado por (Suárez, 2018, p. 09) quien nos indica en su artículo científico que la cromática es muy importante dentro de un sitio web, ya que nos ayuda a entender visualmente la corriente para optar por un mejor uso en tipos de sistema para colores web seguros. Finalmente, nuestros resultados confirman con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 22) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 3 tuvo resultados positivos dando un (100%) de aprobación acerca de la posición y la claridad de las fuentes tipográficas implementadas en la página web. De igual forma (Rojas, 2014, p. 45 y Król, 2019, p. 168) coinciden con los porcentajes similares entre 55 – 95%; siendo reforzado y cuestionado por (Castillo, Carrillo y Luengo 2018, p. 13) quienes nos afirman en su artículo científico que la tipografía cumple como elemento principal de los distintos soportes gráficos, no solo para página web sino para muchos otros diseños en la cual son considerados ítems independientes, esto quiere decir que debemos tenerlos en cuenta dentro del modelo de gestión de la comunicación de la marca mediante las sedes web. Finalmente, nuestros resultados coinciden con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 44) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 4 obtuvo resultados positivos dando un (99%) de aceptación acerca de la importancia de los enlaces a otras redes sociales para una mayor información sobre la página web. De igual forma (Febriyanthi, Naufal, Rahmatullah, Islahuddin y Parlindungan, 2021, p. 854; Ceballos, 2016, p. 39 y Rojas, 2014, p. 26) coinciden con los porcentajes similares entre 80 – 97%; siendo reforzado por (López, Continente, Sánchez y Bartroli, 2017, p. 346) quienes nos declaran en su artículo científico que si existe interacción de la web con las redes sociales en forma de vínculos, benefician y permiten incrementar la visibilidad de la página web, también fortalece las relaciones entre usuarios mejorando su posicionamiento como empresa en un campo virtual. Finalmente, nuestros resultados corroboran con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 46) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 5 presentó resultados positivos dando un (96,5%) de aprobación acerca de la importancia de la ubicación de la empresa dentro del apartado de contactos en la página web. De igual forma (Zu, Quan, Qi y Hou, 2021, p. 07; Rojas, 2014, p. 58 y Król, 2019, p. 164) coinciden con los porcentajes similares entre 77 – 97,5%; siendo reforzado por (Maulana y Huda, 2020, p. 26) quienes nos señalan en su artículo científico que conectarse o mostrar la ubicación a través de un mapa de Google es muy importante, ya que los usuarios no tendrán problemas en localizar en tiempo real a la empresa o compañía, también pueden sacarle provecho a esa herramienta como función principal del apartado contactos en el sitio web. Finalmente, nuestros resultados confirman con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 48) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 6 tuvo resultados positivos dando un (97%) de aceptación acerca de los formularios de registro de datos, en la cual, generan mayores expectativas de comercio y ayudan en el negocio de la empresa a través de la página web. De igual forma (Sánchez, 2016, p. 38 y Bueno, 2014, p. 22) coinciden con los porcentajes similares entre 72 – 98,5%; siendo reforzado por (Fauzy, Shah, Saedudin, Kasim, Azadin, Ahmar y Hidayat, 2018, p. 45) quienes nos afirman en su artículo científico que existen sistemas de registro que devuelven resultados asombrosos mediante las aplicaciones web. Fortaleciendo la idea (Clinton y Ziveria, 2017, p. 209) nos hablan en su artículo sobre los formularios de registro de usuarios, en la cual son muy eficientes para que la empresa lleve un registro de clientes y comparta información importante y en algunos casos confidencial. Finalmente, nuestros resultados coinciden con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 54) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 7 obtuvo resultados positivos dando un (100%) de aprobación acerca del funcionamiento correcto de los diferentes campos, permitiendo seleccionar la información requerida en la página web. De igual forma (Sánchez, 2016, p. 39 y Rojas, 2014, p. 74) coinciden con los porcentajes similares entre 89 – 99,5%; siendo reforzado y cuestionado por (Murillo y Saavedra, 2017, p. 08) quienes nos declaran en su artículo científico que los campos de selección están distribuidos como organizados estratégicamente en la página web, en la cual el programador o diseñador ejecuta procesos variados sobre dichos campos dependiendo el rubro que maneja el sitio web. Finalmente, nuestros resultados corroboran con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 54) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 8 presentó resultados positivos dando un (99,1%) de aceptación acerca de los archivos multimedia colgados en la página web, para generar mayor conocimiento y aspecto visual sobre los temas tratados de la empresa. De igual forma (Rojas, 2014, p. 68; Sánchez, 2016, p. 39; Ceballos, 2016, p. 17 y Bueno, 2014, p. 51) coinciden con los porcentajes similares entre 90 – 99,6%; siendo reforzado y cuestionado por (Jiménez y Campo, 2018, p. 33) quienes nos señalan en su artículo científico que algunas páginas web no soportan videos pesados colgados en sus plataformas ni les permite el acceso o direccionamiento de ellas, ya que algunos sitios web son limitados dependiendo los GB de almacenamiento y el servicio de alojamiento u hosting que tengan, en énfasis siempre es bueno tener dinamismo, gráficos en movimiento, archivos de descarga, entre otros, pero sin saturar la página web, lo importante es impactar con algo que entretenga la vista. Finalmente, nuestros resultados confirman con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 51) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 9 tuvo resultados positivos dando un (99,3%) de aprobación, mientras que tan solo un (0,7%) son resultados intermedios acerca de la seguridad y confianza que genera la página web a través de su servidor. De igual forma (Rojas, 2014, p. 60; Sánchez, 2016, p. 31 y Suárez, 2018, p. 115) coinciden con los porcentajes similares entre 66 – 99,5%; siendo reforzado por (Kurniansyah y Sinurat, 2020, p. 14) quienes nos afirman en su artículo científico que el alojamiento o servicio de internet sirve para crear páginas de interacción donde las personas pueden acceder libremente, por otro lado, Hosting es un servicio que proporciona recursos de alquiler web, donde las empresas o personas pueden colocar información en forma de HTTP, EMAIL, DNS o FTP. Finalmente, nuestros resultados coinciden con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 69) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 10 obtuvo resultados positivos dando un (100%) de aceptación acerca de la adaptabilidad de la página web hacia otros dispositivos tecnológicos. De igual forma (Flores y Valencia, 2019, p. 54 y Benites, 2017, p. 10) coinciden con los porcentajes similares entre 86 – 99%; siendo reforzado por (Bartikowski, Gierl y Richard, 2020, p. 420) quienes nos declaran en su artículo científico que los efectos que generan los sitios web son potentes cuando los consumidores usan sus dispositivos móviles, que las computadoras de escritorio. Fortaleciendo la idea (Asih, Kasmi, Nguyen, Lydia, Shankar, Hashim y Maselena, 2019, p. 885) nos hablan en su artículo sobre el sistema de aplicaciones móviles que agregan ciertas páginas web para dar un mayor énfasis a su virtualidad y a su vez se refresquen nuevos recursos de información. Finalmente, nuestros resultados corroboran con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 69) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 11 presentó resultados positivos dando un (99%) de aprobación, mientras que tan solo un (0,7%) son resultados intermedios acerca del orden y atracción del encabezado de la página web. De igual forma (Flores y Valencia, 2019, p. 31 y Zu, Quan, Qi y Hou, 2021, p. 08) coinciden con los porcentajes similares entre 82 – 99%; siendo reforzado por (Dolnák, 2017, p. 25) quien nos señala en su artículo científico que los encabezados de seguridad HTTP, brinda posibilidades de cómo controlar el flujo de información de origen desde donde viene la comunicación hasta un sitio web de destino. Finalmente, nuestros resultados confirman con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 39) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 12 tuvo resultados positivos dando un (99,6%) de aceptación, mientras que tan solo un (1,4%) son resultados intermedios acerca de la información valiosa y el tamaño adecuado del contenido principal de la página web. De igual forma (Suárez, 2018, p. 117; Ceballos, 2016, p. 18 y Bueno, 2014, p. 52) coinciden con los porcentajes similares entre 77 – 99,8%; siendo reforzado y cuestionado por (Thielsch y Hirschfeld, 2018, p. 279) quienes nos afirman en su artículo científico que el contenido es de primordial importancia dentro de una web o un servicio web WWW, es esencial que las facetas del contenido sean diversas y dinámicas con información precisa y subjetiva. Finalmente, nuestros resultados coinciden con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 84) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 13 obtuvo resultados positivos dando un (98%) de aprobación, mientras que tan solo un (1,4%) son resultados intermedios acerca de la información específica colocada en el pie de página según los encuestados. De igual forma (Rojas, 2014, p. 81 y Benites, 2017, p. 50) coinciden con los porcentajes similares entre 74 – 99,1%; siendo reforzado por (Dolnák, 2017, p. 25) quien nos declara en su artículo científico que el pie de página de un sitio web debe ser el más específico en base a la información detallada de la organización, en la cual también se debe reflejar el logo de la empresa en positivo con algunos iconos

de redes sociales. Finalmente, nuestros resultados corroboran con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 298) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 14 presentó resultados positivos dando un (100%) de aceptación acerca de los elementos insertados dentro del formulario de apartados de la página web. De igual forma (Rojas, 2014, p. 44 y Król, 2019, p. 161) coinciden con los porcentajes similares entre 70 – 97,5%; siendo reforzado por (Nkolele, 2020, p. 131) quien nos señala en su artículo científico que los campos de tipo texto son considerados cajas de herramientas de la web site, en la cual funcionan colocándolos manualmente o programándolos mediante etiquetas y sirven para escribir textos de búsqueda dentro de la página. Finalmente, nuestros resultados confirman con la teoría planteada por (Aubry, 2018, p. 84) teórico de nuestra primera variable de investigación.

La pregunta 15 tuvo resultados positivos dando un (98,6%) de aprobación, mientras que tan solo un (1,4%) son resultados intermedios acerca del impacto visual de la página web hacia la atención del usuario. De igual forma (Flores y Valencia, 2019, p. 15 y Febriyanthi, Naufal, Rahmatullah, Islahuddin y Parlindungan, 2021, p. 858) coinciden con los porcentajes similares entre 65 – 98,6%; siendo reforzado por (Kim, Min, Choi y Yong, 2021, p. 130) quienes nos afirman en su artículo científico que las páginas web cumplen una finalidad importante, que es vender sus productos u ofrecer sus servicios, para ello el diseño es muy importante, ya que nos ayuda a ganar la atención de todos los clientes a nivel mundial. Finalmente, nuestros resultados coinciden con la teoría planteada por (Ruiz y Grande, 2014, p. 25) teórico de nuestra segunda variable de investigación.

La pregunta 16 obtuvo resultados positivos dando un (97,9%) de aceptación, mientras que tan solo un (2,1%) son resultados intermedios acerca de la percepción de la página web a través de los sentidos. De igual forma (Flores y Valencia, 2019, p. 56; Bueno, 2014, p. 94 y Ceballos, 2016, p. 09) coinciden con los porcentajes similares entre 69 – 98,7%; siendo reforzado y cuestionado por (Nidal y Khaleel, 2021, p. 200) quienes nos declaran en su artículo científico que la importancia de los diseños web para uso informativo y comercial bajo la percepción de las personas es muy potente, pero en la actualidad los hallazgos de los diseños de los sitios web de noticias sobre percepción y recuerdo de la información son muy contradictorios. Finalmente, nuestros resultados corroboran con la teoría planteada por (Ruiz y Grande, 2014, p. 25) teórico de nuestra segunda variable de investigación.

La pregunta 17 presentó resultados positivos dando un (99,9%) de aprobación acerca de la formación y actualización de la página web sobre los temas enfocados a contratación pública. De igual forma (Zu, Quan, Qi y Hou, 2021, p. 13 y Sánchez, 2016, p. 46) coinciden con los porcentajes similares entre 73 – 99,9%; siendo reforzado por (Kim, Min, Choi y Yong, 2021, p. 130) quienes nos señalan en su artículo científico que las páginas web se actualizan constantemente o por temporadas dependiendo los temas de la compañía, en otro contexto si suben videos de reuniones laborales o formación profesional verificar que la web siga funcionando correctamente, caso contrario traería problemas serios con la población. Finalmente, nuestros resultados confirman con la teoría planteada por (Ruiz y Grande, 2014, p. 26) teórico de nuestra segunda variable de investigación.

La pregunta 18 tuvo resultados positivos dando un (98,9%) de aceptación acerca de la interpretación y comprensión clara del contenido mostrado en la página web por medio de la actividad sensitiva. De igual forma (Flores y Valencia, 2019, p. 56 y Bueno, 2014, p. 94) coinciden con los porcentajes similares entre 89 – 99,1%; siendo reforzado por (Nidal y Khaleel, 2021, p. 200) quienes nos afirman en su artículo científico que los sitios interactivos con múltiples elementos estéticos, representan el mensaje permitiendo a los usuarios percibir y recordar la noticia mostrada, por lo tanto, las personas juegan con los sentidos y la página web les ayuda a entender lo que quiere comunicar. Fortaleciendo la idea (Cyr, Head, Lim y Stibe, 2018, p. 807) nos hablan en su artículo sobre el modelo de la dinámica de persuasión en línea, para ello, se tomó encuestas donde a los pocos ratos se observó los cambios en la web, dando como ruta central la influencia en el cambio de actitud versus el diseño y los elementos sociales como rutas para que se produzca el cambio de actitud en las personas. Finalmente, nuestros resultados coinciden con la teoría planteada por (Ruiz y Grande, 2014, p. 26) teórico de nuestra segunda variable de investigación.

Discusión de los Resultados Inferenciales

Hipótesis general: Página web y percepción de los usuarios

Se estableció la correlación entre las variables de estudio en nuestra hipótesis general de investigación, donde el valor es de 0,004 de significancia menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, por lo cual interpretamos que existe relación efectiva entre la Página Web y la percepción de los usuarios de Lima – 2021. Concordando con (Ceballos, 2016, p. 31; Rojas, 2014, p. 56 y Benites, 2017, p. 37). Así mismo, coincide con (Flores y Valencia, 2019, p. 56). Fortaleciendo la opinión (Onay y Yerlikaya, 2020, p. 42) nos dicen que los sitios web se convierten en el principal mecanismo de difusión de información donde los usuarios ingresan a páginas interesante y atractivas sin desvíos y publicidades, generando una conexión persuasiva con el usuario. Finalmente, nuestros resultados corroboran la teoría planteada por (Aubry, 2018) y (Ruiz y Grande, 2014).

Hipótesis específica 1: Percepción de los usuarios y contenido

Se estableció la correlación entre la segunda variable de estudio y la primera dimensión en nuestra hipótesis específica 1, donde el valor es de 0,000 de significancia menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, por lo cual interpretamos que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Concordando con (Rojas, 2014, p. 62; Suárez, 2018, p. 09 y Bueno, 2014, p. 40). Así mismo, coincide con (Flores y Valencia, 2019, p. 32). Fortaleciendo la opinión (Kaußen, 2018, p. 373) nos aclara que la capacidad de analizar y clasificar la percepción de usuarios como de paisajes o lugares turísticos, es mediante las redes sociales o plataformas web, diseñando una buena pieza gráfica resaltando el mensaje claro y directo, con el objetivo de generar tráfico de visitantes. Finalmente, nuestros resultados confirman la teoría planteada por (Aubry, 2018) y (Ruiz y Grande, 2014).

Hipótesis específica 2: Percepción de los usuarios y requisitos técnicos

Se estableció la correlación entre la segunda variable de estudio y la segunda dimensión en nuestra hipótesis específica 2, donde el valor es de 0,007 de significancia menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, por lo cual interpretamos que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Concordando con (Król, 2019, p. 168; Sánchez, 2016, p. 31 y Benites, 2017, p. 10). Así mismo, coincide con (Flores y Valencia, 2019, p. 38). Fortaleciendo la opinión (Azli, Shah y Mohamad, 2018, p. 84) nos indican que el aprendizaje de lenguas bajo un programa colgado en la web es muy eficiente, ya que los alumnos podrán acceder desde sus dispositivos móviles y podrán conectarse al servidor con normalidad y por temporadas se evaluará el uso de la percepción bajo un registro de datos, sonoro y movimiento. Finalmente, nuestros resultados corroboran la teoría planteada por (Aubry, 2018) y (Ruiz y Grande, 2014).

Hipótesis específica 3: Percepción de los usuarios y estructuración de información

Se estableció la correlación entre la segunda variable de estudio y la tercera dimensión en nuestra hipótesis específica 3, donde el valor es de 0,036 de significancia menor a 0,05, por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, por lo cual interpretamos que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Concordando con (Zu, Quan, Qi y Hou, 2021, p. 08; Ceballos, 2016, p. 18 y Suárez, 2018, p. 117). Así mismo, coincide con (Flores y Valencia, 2019, p. 52). Fortaleciendo la opinión (Huang y Mou, 2021, p. 95) nos señalan que el éxito de un negocio ligado a la venta o distribución de productos mediante sitios web, consta de muchos factores, entre ellos está el comportamiento, la distribución, el internet y la estructura de información de las respectivas páginas web. Finalmente, nuestros resultados confirman la teoría planteada por (Aubry, 2018) y (Ruiz y Grande, 2014).

VI. CONCLUSIONES

En función a los resultados obtenidos de nuestro análisis inferencial, se concluye que existe relación efectiva entre la Página Web y la percepción de los usuarios de Lima – 2021. Así mismo, se estableció un valor de 0,004 de significancia siendo menor a 0,05, lo cual se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, de igual manera mediante el baremo de correlación se logra un coeficiente de correlación positiva alta de 0,748, por lo tanto, se cumple el objetivo demostrando la relación que genera la página web con la percepción de los usuarios, para la capacitación constante de los colaboradores de las distintas empresas, frente a las actuales normativas de contrataciones del estado a través de un servicio web.

En cuanto a la segunda conclusión se determina que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Así mismo, se estableció un valor de 0,000 de significancia siendo menor a 0,05, lo cual se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, de igual forma por intermedio del baremo de correlación se logra un coeficiente de correlación positiva alta de 0,809, por lo cual, se cumple el objetivo corroborando la relación que genera la percepción de los usuarios con el contenido de la página web, transmitiendo de forma efectiva la información relevante mostrada en cada apartado del sitio web, recibiendo una buena aceptación y satisfacción por parte de los usuarios.

En base a la tercera conclusión se afirma que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Así mismo, se estableció un valor de 0,007 de significancia siendo menor a 0,05, lo cual se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, de igual manera mediante el baremo de correlación se logra un coeficiente de correlación positiva alta de 0,715, por ende, se cumple el objetivo demostrando la relación

que genera la percepción de los usuarios con los requisitos técnicos de la página web, evidenciando la importancia y función principal que debemos considerar al diseñar nuestro propio sitio web de modo dinámico para una perfecta interacción sobre la plataforma.

Con respecto a la cuarta conclusión se determina que existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Así mismo, se estableció un valor de 0,036 de significancia siendo menor a 0,05, lo cual se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, de igual forma por intermedio del baremo de correlación se logra un coeficiente de correlación positiva moderada de 0,679, por consiguiente, se cumple el objetivo corroborando la relación que genera la percepción de los usuarios con la estructuración de información de la página web, presentando un orden y distribución de todos los elementos de forma simétrica ante la percepción visual de las personas, dentro de la maquetación del sitio web.

VII. RECOMENDACIONES

Después de elaborar la tesis en conjunto a los resultados obtenidos en la investigación, se recomienda lo siguiente:

A los docentes especializados en la carrera del diseño gráfico, seguir profundizando y aportando temas importantes sobre el desarrollo de páginas web como ámbito educativo en las universidades del Perú y del mundo, para lograr nuevos conocimientos que ayuden a los estudiantes a transmitir información relevante a través de plataformas web creativas, seguras y fiables.

Además, se recomienda incentivar a los futuros profesionales egresados de la carrera de arte y diseño gráfico, a llevar a cabo más investigaciones sobre páginas web como apoyo y refuerzo a otros proyectos, tesis, tesinas, artículos o informes de alumnos de las diferentes universidades nacionales como internacionales.

Del mismo modo, para los que ejercen en el rubro del diseño web como la programación web, se recomienda implementar modernas plataformas web ya sean gratuitos o privados que no tengan problemas de conexión con el servidor, que funcionen correctamente todos los procesos al navegar, que se realice mantenimiento constante a la página y sobre todo considerar el poder de las herramientas multimedia que proporcionen una mejor interacción, conocimiento claro de información y dinamismo.

También, se sugiere a los escritores y diseñadores de sitios web, que publiquen más libros actualizados de estos tiempos, para nutrir en las investigaciones y expandir un mayor entendimiento sobre el tema creación y diseño de páginas web.

Para finalizar, se sugiere más centros de capacitación de las instituciones del sector público como privado, especializados en contratación y gestión pública, que trabajen acorde a las nuevas normativas legales del estado en el periodo actual 2020-2021, con el fin de brindar seminarios, diplomados y asesoría personalizada acerca de estos temas para todas las empresas a nivel nacional, a través de sus páginas web.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arce Sumar, D. (2020). *Web sobre la imagen corporativa y el comportamiento de los consumidores en Independencia, Lima – 2020*. TESIS, UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, LIMA, LIMA. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/61100/Arce_SDA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- AUBRY, C. (2018). *Cree su primer sitio web - Del diseño a la realización*. (ENI, Ed.) Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=onovUcb-Q0MC&printsec=frontcover&dq=Dise%C3%B1o+de+Pagina+web&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKewi5qoCxhf_vAhWMIbkGHa9VCIYQ6AEwA3oECAMQAg#v=onepage&q=Dise%C3%B1o%20de%20Pagina%20web&f=false
- BAENA PAZ, G. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. ebook. Obtenido de <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>
- Bayón Farías, I. (2011). *Análisis, diseño e implementación de un sitio web corporativo*. Proyecto de investigación. Obtenido de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8421/1/ibayonTFM0611.pdf>
- BENITES ALFARO, F. (2017). *Evaluación de accesibilidad de sitios web de las Universidades Públicas Peruanas*. TESIS, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12148/BENITES_ALFARO_FANNY_DOLORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- BlackSip. (2019). *El e-commerce en Perú*. Lima: BlackSip. Obtenido de <https://asep.pe/wp-content/uploads/2019/08/Reporte-de-industria-del-eCommerce-Peru-2019-eBook.pdf>
- Bueno Vera, A. (2014). *GESTIÓN PUBLICITARIA ONLINE PARA LA ESCUELA DE LA FAMILIA GUAYAQUIL*. TESIS, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7529/1/TESIS%20ANABELL%20BUENO%20VERA.pdf>
- Calvo Guillén, G. (2015). *Rediseño de un sitio web como sistema de información mediante la arquitectura de información: en busca del fortalecimiento de la comunicación*. Artículo, Escuela de Bibliotecología y Ciencias de la Información UCR, San José. doi:<http://dx.doi.org/10.15517/eci.v5i1.17472>
- Camacho Quintero, C. (2018). *E-Learning como Herramienta de Capacitación Alternativa Humanística*. Artículo, Mérida. doi: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.3.57-77>

- Castillo, A., Carrillo Durán, M., & Luengo Chávez, G. (2019). *La comunicación de la marca de las cadenas hoteleras a través de sus sedes web: propuesta de un modelo para su gestión*. Artículo, Universidad de Málaga, Málaga. doi:<https://doi.org/10.5294/pacla.2019.22.2.11>
- Ceballos Vergara, N. (2016). *Implementación página web para la empresa Sáner S.A.S*. TESIS, Corporación Universitaria Lasallista, Caldas. Obtenido de http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1795/1/Implementacion_pagina_web_Saner.pdf
- CHAVARRÍA CORTEZ, G., & RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, C. (2018). *IMPLEMENTACIÓN DE UNA APLICACIÓN WEB/MÓVIL PARA AGILIZAR LOS PROCESOS Y MEJORAR LA IMAGEN DEL. UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA*, Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/UNS/3070/47039.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cohen, N., & Gómez Rojas, G. (2019). *Metodología de la investigación ¿Para qué?* Buenos Aires, Argentina: Teseo. Obtenido de http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf
- CRUZ RAMIREZ, G. (2018). *IMPLEMENTACIÓN WEB SITE, FULL RESPONSIVE DESIGN CON HTML5. PARA HOTELES EN LA CIUDAD DE HUARAZ; 2015*. TESIS, UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE, Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6028/HOTELES_RESPONSIVE_CRUZ_RAMIREZ_GINO_HECTOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dagnino, J. (2014). TIPOS DE DATOS Y ESCALAS DE MEDIDA. doi:<https://doi.org/10.25237/revchilanestv43n02.06>
- Febriyanti, A., Nadhif Naufal, M., Rahmatullah, M., & Parlindungan, I. (2021). Interface Design Heuristic Evaluation Website Yayasan Kesehatan Telkom. *12*(4). Obtenido de <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/573/377>
- Flores Sosa, J., & Valencia Cisneros, P. (2019). *Factores más influyentes en la calidad percibida del servicio de taxi asistido por aplicativo móvil, desde la percepción de los usuarios que viven o trabajan en Lima Moderna*. TESIS, UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628188/Flores_SJ.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Gayo Avello, D. (2010). *Diseño gráfico de páginas web*. Obtenido de <http://di002.edv.uniovi.es/~dani/publications/dhtml-30hr.pdf>
- Guevara Hidalgo, D., Ramírez Salvatierra, C., Espinoza Kam, L., & Lujan Sarachaga, I. (2017). *Propuesta de implementación de página web para buscar la eficiencia en las compras de clientes que buscan proveedores en Gamarra*. Tesis, UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, Lima, Lima. Obtenido de

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621908/Guevara_hd.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico, Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. sexta edición. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

INE. (2019). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

INEI. (2017). *Perú: Tecnologías de Información y Comunicación en las Empresas, 2017*. LIMA, LIMA, PERÚ. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1719/libro.pdf

INEI. (2020). *Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación*. ARTÍCULO, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA, LIMA, LIMA. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_tics.pdf

Jaime Torres, X. (2019). *PÁGINAS WEB EDUCATIVAS. Introducción, la Web en los ambientes educativos, educación y Web, ventajas y desventajas, diseño, tipos de información, herramientas para construir una página Web, aplicación*. Tesis, Lima, Lima. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/3986/MONOGRAF%c3%8dA%20-%20JAIME%20TORRES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Karol, K. (2019). MARKETING POTENTIAL OF WEBSITES OF RURAL TOURISM FACILITIES IN POLAND. *12(2)*. doi:10.22004/ag.econ.292035

Lin-mei, Z., Kai-li, Q., Guang-lei, Q., & Xiao-gang, H. (2021). Web Page Design of Automobile Energy Saving and Emission Reduction System Based on Neural Network. doi:10.1088/1742-6596/1856/1/012011

Martinez Mediano, C. (2014). *Técnicas e Instrumentos de recolección de datos*. Madrid, España. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=iiTHAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=tecnica+de+recoleccion+de+datos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjPy9vFnZnxAhV1BtQKHV_fDScQ6AEWAHoECAYQAg#v=onepage&q&f=false

Mourougan, S., & Sethuraman, D. (2017). Hypothesis Development and Testing. *IOSR*, 7. doi:10.9790/487X-1905013440

Murcia. (2014). *Manual básico de creación de página web*. Manual, Area de tecnología de la información y las comunicaciones Aplicadas. Obtenido de <http://www.aragonemprendedor.com/archivos/descargas/html.pdf>

- Nexus. (2018). *The importance of web usability. Web design: Article*. Obtenido de <http://www.nexusdp.co.uk/services/web-design/the-importance-of-web-usability/>
- Olegario Castellanos, A. (2017). *Diseño e implementación de una web con Wordpress, el caso de Alfa Motos*. TESIS, Gandia. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85724/memoria_29208632.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Palacios Arrieta, A., Prieto Pulido, R., & Villa Corrales, L. (2018). PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS ANTE EL SERVICIO OFRECIDO POR EL CENTRO DE DIAGNÓSTICO CARDIOVASCULAR DEL MAGDALENA. (CECAR, Ed.) Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/325320647_PERCEPCION_DE_LOS_USUARIOS_ANTE_EL_SERVICIO_OFRECIDO_POR_EL_CENTRO_DE_DIAGNOSTICO_CARDIOVASCULAR_DEL_MAGDALENA
- Ruiz de Maya, S., & Grande Esteban, I. (2014). *Casos del comportamiento del consumidor*. MADRID, ESPAÑA: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=WK6MCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- SÁNCHEZ DÁVILA, C. (2016). *DISEÑO DE UN INDICADOR DE EFECTIVIDAD DE COMUNICACIÓN PARA LA PÁGINA WEB ZONA ESCOLAR*. TESIS, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/7940/SANCHEZ_DA_VILA_CARLOS_DISE%c3%91O_DE_UN_INDICADOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Siguencia Sigüencia, M. (2011). *Análisis, diseño e implementación del portal web del colegio Cesar Andrade y Cordero*. Tesis, Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1604/17/UPS-CT002147.pdf>
- Suárez Carballo, F. (2019). El lenguaje visual del diseño web brutalista. 28. doi:<http://hdl.handle.net/10637/10441>
- Tiznado Matzner, G., Bucarey Arriagada, S., & Lizama Pérez, R. (2019). Experiencia en la Creación de una Plataforma Online para Alojar Modelos Tridimensionales de Piezas Anatómicas Reales para ser Compartidas como Recursos Educativos Abiertos (REA). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022019000401267>
- Torres Remon, M. (2014). *Diseño web con HTML5 y CSS3*. (M. EIRL, Ed.) Lima, Lima, Perú: Macro. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=9QovDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Vargas Jimenez, D., & Otero Foliaco, J. (2015). Development and implementation of tours. *SCIENTIA ET TECHNICA*. doi:<https://doi.org/10.22517/23447214.8389>
- Vicente Javier, S. (2020). *Diseño de página web para la empresa SAEMI*. Tesina, UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA, Mazatlán. Obtenido de

<http://repositorio.upsin.edu.mx/Fragmentos/tesinas/A081SANCHEZSOBERANESVICENTEJAVIER12545.pdf>

Vicente Millones, S. (2018). *Página Web sobre la violencia contra la mujer y el aprendizaje significativo en estudiantes de 3ro a 5to de secundaria en Santa Anita, Lima, 2018*. TESIS, UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO, LIMA, LIMA. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35321/Vicente_MS DV.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de operacionalización de la variable

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Página web (Aubry, 2018)	En este capítulo conoceremos todo lo referente a una página web, comenzando por su contenido, requisitos técnicos necesarios y su estructuración de información. (Aubry, 2018, p. 39).	Contenido (Aubry, 2018, p. 40).	Los principales elementos que comprende el contenido son los párrafos, cromática, tipografía, enlaces, mapa, formularios, campos de selección y archivos multimedia. (Aubry, 2018, p. 40).	Párrafos (Aubry, 2018, p. 40).	1. Textos.	Escala de medición. Nominal
				Cromática (Aubry, 2018, p. 22).	2. Colores.	
				Tipografía (Aubry, 2018, p. 44).	3. Fuentes genéricas.	
				Enlaces (Aubry, 2018, p. 46).	4. Enlaces.	
				Mapa (Aubry, 2018, p. 48).	5. Ubicación.	
				Formularios (Aubry, 2018, p. 54).	6. Formulario de datos.	
				Campos de selección (Aubry, 2018, p. 54).	7. Opciones de selección.	
				Archivos multimedia (Aubry, 2018, p. 51).	8. Imágenes y videos.	

		Requisitos técnicos (Aubry, 2018, p. 69).	Dentro de los requisitos técnicos más necesarios tenemos dos, el servidor hosting y los dispositivos tecnológicos. (Aubry, 2018, p. 69).	Servidor hosting (Aubry, 2018, p. 69).	9. Dominio de la web.	
				Dispositivos tecnológicos (Aubry, 2018, p. 69).	10. Página adaptable a computadoras, celulares y tablets.	
		Estructuración de información (Aubry, 2018, p. 83).	En función a la estructura de información abarca el encabezado, el cuerpo, el pie de página y los campos de tipo texto. (Aubry, 2018, p. 83).	Encabezado (Aubry, 2018, p. 39).	11. Logo, menú de apartados.	
				Cuerpo (Aubry, 2018, p. 84).	12. Cuerpo principal de la página.	
				Pie de página (Aubry, 2018, p. 298).	13. Datos propios de la empresa como autor.	
				Campos de tipo texto (Aubry, 2018, p. 84).	14. Caja de texto como botones.	
	La percepción es un proceso de captación y evaluación, donde se fijan los aspectos		La captación engloba al reconocimiento de impacto del servicio o producto de la marca y	Reconocimiento (Ruiz y Grande, 2014, p. 25).	15. Reconocimiento de la página web.	

Percepción de los usuarios (Ruiz y Grande, 2014)	más importantes procedentes del exterior y a su vez nos permite comprender el mundo que nos rodea. (Ruiz y Grande, 2014, p. 25).	Captación (Ruiz y Grande, 2014, p. 25).	los sentidos de la persona. (Ruiz y Grande, 2014, p. 25).	Sentidos (Ruiz y Grande, 2014, p. 25).	16. Vista y oído.	Escala de medición. Nominal
		Evaluación (Ruiz y Grande, 2014, p. 26).	La evaluación implica la información a través de los sistemas sensoriales y la percepción individual de los usuarios. (Ruiz y Grande, 2014, p. 26).	Información (Ruiz y Grande, 2014, p. 26).	17. Mensaje transmitido y el aprendizaje.	
				Percepción individual (Ruiz y Grande, 2014, p. 26).	18. Comportamiento del individuo.	

Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos

Facultad de Derecho y Humanidades

Escuela profesional de Arte y Diseño Gráfico Empresarial

ENCUESTA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.

Instrucciones:

En el presente cuestionario a continuación, va a visualizar una serie de situaciones donde dará su aporte de acuerdo a la frecuencia con el que usted considera conveniente en relación a la página web y la percepción de los usuarios.

Agradecemos desarrollar la actividad con mucha transparencia y seriedad, marcando con una “X”. **Valor: (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo.**

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
1	¿Los párrafos en los diferentes apartados de la página web están ordenados?					
2	¿La cromática utilizada en toda la página atrae su atención?					
3	¿Las fuentes tipográficas están bien posicionadas y son entendibles?					
4	¿Los enlaces a otras redes sociales son importantes para una mayor información sobre esta página web?					
5	¿La ubicación de la empresa es muy importante dentro del apartado de contactos del sitio web?					
6	¿Usted cree que los formularios de registros de datos para los usuarios, generan mayores expectativas e información, comercialización y promociones sobre el negocio de la empresa dentro de la página web?					

7	¿Los diferentes campos funcionan correctamente y le permite seleccionar la información requerida en la página web?					
8	¿Le genera mayor conocimiento y aspecto visual al observar los videos colgados y las piezas gráficas en el sitio web?					
9	¿Navega con normalidad en internet y le ofrece seguridad y protección confiable la página web de la empresa Compras Públicas S.A.C.?					
10	¿Está de acuerdo con la adaptabilidad de la página web con los diferentes dispositivos tecnológicos como los celulares y tablets?					
11	¿El encabezado del sitio web presenta orden y atracción despertando el interés del usuario por navegar?					
12	¿El contenido principal es adecuado en su tamaño y transmite información valiosa para los usuarios?					
13	¿Está de acuerdo con la información específica colocada en el pie de página del sitio web?					
14	¿Concuerda con la ubicación de todos los elementos insertados dentro del formulario de los apartados de la página web, agregando y direccionando hacia la información que le indica?					
15	¿Cree usted que la página web impacta visualmente su atención logrando reconocer la marca?					
16	¿La página web se deja percibir a través de los sentidos de la vista y el oído?					
17	¿El sitio web contribuye en la formación y actualización de los temas enfocados a la contratación pública del estado?					
18	¿Usted recibe, interpreta y comprende claramente el contenido mostrado en la página web mediante la actividad sensitiva?					

ANEXO 3: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES			
			VARIABLE: PÁGINA WEB			
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
¿Cuál es la relación que existe entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021?	Determinar la relación que existe entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.	<p>Hi: Existe relación efectiva entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.</p> <p>Ho: No existe relación efectiva entre la Página Web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” y la percepción de los usuarios de Lima – 2021.</p>	<p>Dimensión 1:</p> <p>Contenido</p> <p>Dimensión 2:</p> <p>Requisitos técnicos</p> <p>Dimensión 3:</p> <p>Estructuración de información</p>	<p>Dimensión 1:</p> <p>Párrafos</p> <p>Cromática</p> <p>Tipografía</p> <p>Enlaces</p> <p>Mapa</p> <p>Formularios</p> <p>Campos de selección</p> <p>Archivos multimedia</p> <p>Dimensión 2:</p> <p>Servidor hosting</p> <p>Dispositivos tecnológicos</p>	<p>Dimensión 1:</p> <p>1. Textos.</p> <p>2. Colores.</p> <p>3. Fuentes genéricas.</p> <p>4. Enlaces.</p> <p>5. Ubicación.</p> <p>6. Formulario de datos.</p> <p>7. Opciones de selección.</p> <p>8. Imágenes y videos.</p> <p>Dimensión 2:</p> <p>9. Dominio de la web.</p> <p>10. Página adaptable a computadoras, celulares y tablets.</p> <p>Dimensión 3:</p>	<p>Nominal.</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(5) Totalmente de acuerdo</p>

				Dimensión 3: Encabezado Cuerpo Pie de página Campos de tipo texto	11. Logo, menú de apartados. 12. Cuerpo principal de la página. 13. Datos propios de la empresa como autor. 14. Caja de texto como botones.	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	VARIABLE: PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
¿Cuál es la relación que existe entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021?	Determinar la relación que existe entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.	Hipótesis específica 1: Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021. Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y el contenido de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.	Dimensión 1: Captación Dimensión 2: Evaluación	Dimensión 1: Reconocimiento Sentidos Dimensión 2: Información Percepción individual	Dimensión 1: 15. Reconocimiento de la página web. 16. Vista y oído. Dimensión 2: 17. Mensaje transmitido y el aprendizaje. 18. Comportamiento del individuo.	Nominal. (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo
¿Cuál es la relación que existe entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021?	Determinar la relación que existe entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.	Hipótesis específica 2: Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y los requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.				
¿Cuál es la relación que existe entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web	Determinar la relación que existe entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web					

<p>sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021?</p>	<p>sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.</p>	<p>Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y requisitos técnicos de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.</p> <p>Hipótesis específica 3:</p> <p>Hi: Existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.</p> <p>Ho: No existe relación efectiva entre la percepción de los usuarios y la estructuración de información de la página web sobre normas legales, de la empresa “Compras Públicas” de Lima – 2021.</p>				
---	---	---	--	--	--	--

Fuente: *Elaboración propia.*

ANEXO 4: Ficha de Validación de expertos



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mg. Dessire Allinson Alcedo Sanz

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (x)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Este

Fecha: Viernes, 17 de Setiembre de 2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

PÁGINA WEB SOBRE LA NORMATIVA DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO, DE LA EMPRESA "COMPRAS PÚBLICAS" Y LA PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LIMA – 2021.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

.....

Firma del experto:

Mg. Dessire Allinson Alcedo Sanz

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Robalino Sanchez Karla

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-------------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha: 12/09/2021
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN


 PÁGINA WEB SOBRE LA NORMATIVA DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO, DE LA EMPRESA
 "COMPRAS PÚBLICAS" Y LA PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LIMA – 2021.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



 Mg. Karla Robalino Sanchez

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto:

Título y/o Grado: BERNAZA ZAVALA ROCIO LIZZETT

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-------------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo Lima Norte

Fecha: 13-09-21

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

PÁGINA WEB SOBRE LA NORMATIVA DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO, DE LA EMPRESA "COMPRAS PÚBLICAS" Y LA PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LIMA – 2021.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los items indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:



Firma del experto:

Mag. Rocio Bernaza Zavala

ANEXO 5: Data SPSS

Prueba Binomial - 3 Expertos.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Alcedo	Numérico	8	0		{0, NO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Bernaza	Numérico	8	0		{0, NO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Robalino	Numérico	8	0		{0, NO}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

Prueba Binomial - 3 Expertos.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Alcedo	Bernaza	Robalino	var	var	var	var	var	var
1	1	1	1						
2	1	1	1						
3	1	1	1						
4	1	1	1						
5	1	1	1						
6	1	1	1						
7	1	1	1						
8	1	1	1						
9	0	0	0						
10	1	1	1						
11	1	1	1						

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Preg_1	Numérico	8	0	1.¿Los párrafos...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
2	Preg_2	Numérico	8	0	2.¿La cromátic...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
3	Preg_3	Numérico	8	0	3.¿Las fuentes ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
4	Preg_4	Numérico	8	0	4.¿Los enlaces...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
5	Preg_5	Numérico	8	0	5.¿La ubicació...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
6	Preg_6	Numérico	8	0	6.¿Usted cree ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
7	Preg_7	Numérico	8	0	7.¿Los diferent...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
8	Preg_8	Numérico	8	0	8.¿Le genera m...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
9	Preg_9	Numérico	8	0	9.¿Navega con ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
10	Preg_10	Numérico	8	0	10.¿Está de ac...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
11	Preg_11	Numérico	8	0	11.¿El encabez...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
12	Preg_12	Numérico	8	0	12.¿El contenid...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
13	Preg_13	Numérico	8	0	13.¿Está de ac...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
14	Preg_14	Numérico	8	0	14.¿Concuerna...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
15	Preg_15	Numérico	8	0	15.¿Cree usted...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
16	Preg_16	Numérico	8	0	16.¿La página ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
17	Preg_17	Numérico	8	0	17.¿El sitio we...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada
18	Preg_18	Numérico	8	0	18.¿Usted reci...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	≡ Derecha	Nominal	↳ Entrada

	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Preg_14	Preg_15
1	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3
2	3	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	3
5	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
6	5	4	5	5	4	5	3	3	3	3	5	4	5	5	4
7	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	5
8	5	3	4	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	3
9	5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	5	4	3	3	4
10	4	5	3	4	4	3	3	2	4	5	4	5	4	4	4
11	4	3	4	5	3	5	4	5	5	3	4	4	5	3	3
12	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3
13	4	5	4	2	5	4	4	5	2	3	4	4	5	4	4
14	3	4	5	4	2	5	3	4	3	4	4	5	4	5	4
15	4	3	3	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	5
16	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
17	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	3	3	3	4	5
18	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4
19	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	3
20	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5
21	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	4	5	3	4
22	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	3
23	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4

ANEXO 6: Baremo de correlación de Rho de Spearman

Baremo de correlación de Rho de Spearman	
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Brief del Producto.

Categoría. Página web sobre las “Contrataciones del estado” de la empresa Compras Públicas.

Empresa. Compras Públicas S.A.C dedicada al manejo de información, capacitación y asesoría, cumpliendo un año en el mercado formando a empleados, gerentes y socios de las distintas empresas peruanas ya sea pública o privada.



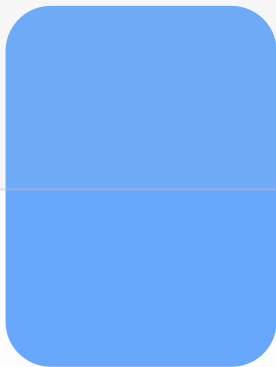
Tipología. Página web Dinámica, perteneciente al grupo de webs corporativas de información.

Estilo. Minimalista, con simplicidad de cromática y un lenguaje sencillo y serio.

Descripción del producto. Esta plataforma web, tiene como objetivo publicar las normas legales “Actualizadas” para las contrataciones del estado peruano según como la ley lo indica, a su vez la empresa capacita, asesora y forma a los operadores logísticos, socios y colaboradores de las distintas empresas para que estén preparados frente a las nuevas normativas que dictamina el estado peruano y a las nuevas oportunidades que se ofrecen en

el mercado para un mayor crecimiento y el objetivo que quiere lograr la empresa. Por otra parte, en los apartado del menú del sitio web se mostrarán videos y piezas gráficas de los temas que se dictan cuando se prepara un seminario gratuito referente a los temas de gestión pública como contratación pública para darle un énfasis general y un conocimiento preciso del tema a tratar para despertar el interés del usuario o de los clientes fijos.

Cromática.

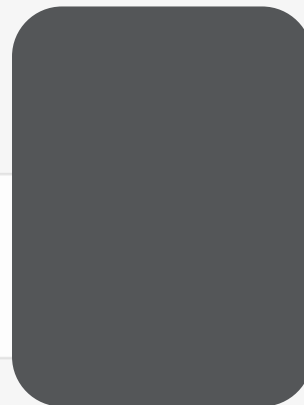


CELESTE. El público en general lo relaciona y lo asocia con la inteligencia, la confianza, la eficiencia y la tranquilidad que le ofrece la empresa.

HEX. #519cff

RGB. 81, 156, 255

CMYK. 68%, 39%, 0%, 0%

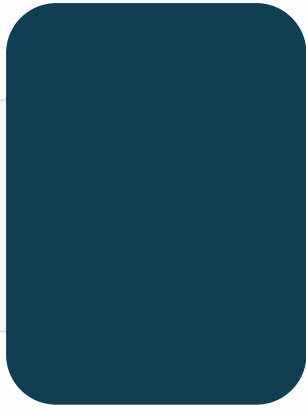


PLOMO. Relacionado a la seriedad a un estilo más minimalista y de recursos sencillos para expresar algo.

HEX. #545658

RGB. 84, 86, 88

CMYK. 5%, 2%, 0%, 65%

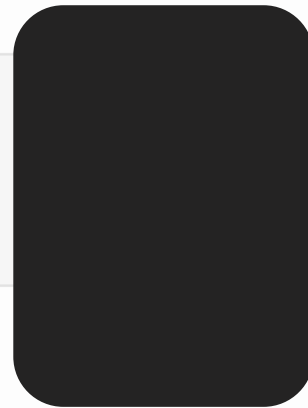


AZUL NOCHE. Relacionado al trabajo nocturno activo, a la elegancia y al buen perfil serio de la empresa.

HEX. #103f54

RGB. 16, 63, 84

CMYK. 81%, 25%, 0%, 67%



NEGRO. Mantenemos la seriedad al transmitir el mensaje al público objetivo, con la valentía y elegancia que caracteriza a la empresa siendo los líderes en el mercado con mucho poder y ganas de salir adelante.

HEX. #242323

RGB. 36, 35, 35

CMYK. 0%, 3%, 3%, 86%

Tipografía.

Compras Públicas / Open Sans

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

.	,	;	:	@	#	'	!	"	/	?	<	>
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

%	&	*	()	◆	\$
---	---	---	---	---	---	----

COMPRAS PÚBLICAS / TAHOMA

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	!	"	#	\$	%	&	()
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---	---	---	---

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

S	T	U	V	W	X	Y	Z	[\]	^	*	+	,	-	.	/
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

s	t	u	v	w	x	y	z	:	;	<	=	>	'	?	@	_	`
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

˘	{		}	~	Ä	Å	Ç	É	Ñ	Ö	Ü	à	á	â	ã	ä	å
---	---	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

ç	è	é	ê	ë	ì	í	î	ï	ñ	ò	ó	ô	õ	ö	ù	ú	û
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Beneficio de usuario. Actualización, aprendizaje, formación, buen desempeño, apoyo profesional y sobre todo recursos y material online al registrarse en la web.

Hábitos de consumo. Esta página web podrá ser utilizada como práctica habitual, para generar conocimientos sobre las nuevas normativas de las contrataciones del estado a través de la percepción de los usuarios, haciendo uso de sus órganos sensoriales para llevar un aprendizaje amplio contribuyendo en su formación profesional.

Geográfica.

Nacionalidad: Peruana.

Región: Nivel de Lima – Lima Centro – Lima Provincia – Lima metropolitana.

Tamaño de la población: 9 millones 847 mil habitantes en Lima.

Demográfico.

Sexo: Hombres y mujeres.

Clase social: A, B y C.

Edad: 25 – 50 años.

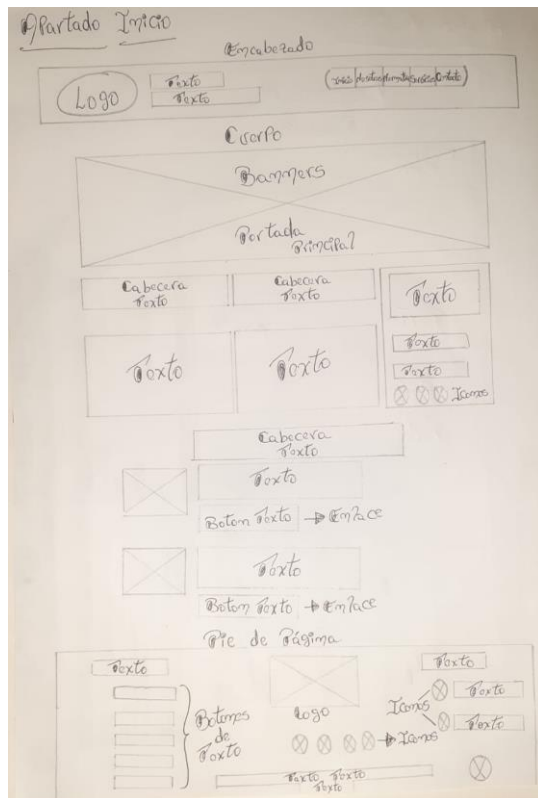
Ocupación: Colaboradores, gerentes, socios, operadores.

ANEXO 9: Producto y piezas gráficas

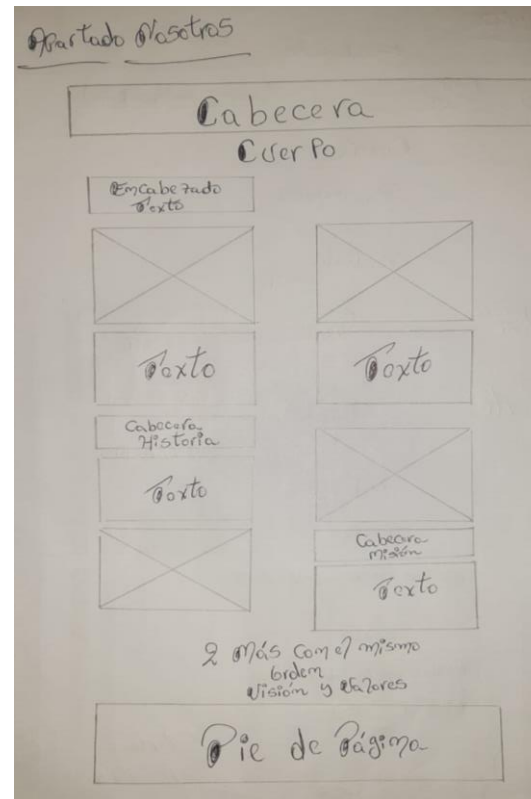
Producto – Página web: <https://eucedap0.wixsite.com/compraspublicasperu>

Piezas Gráficas del Sitio Web:

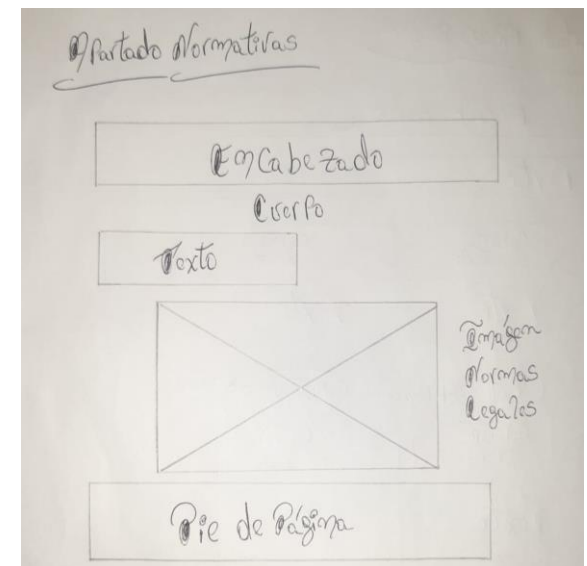
Boceto INICIO



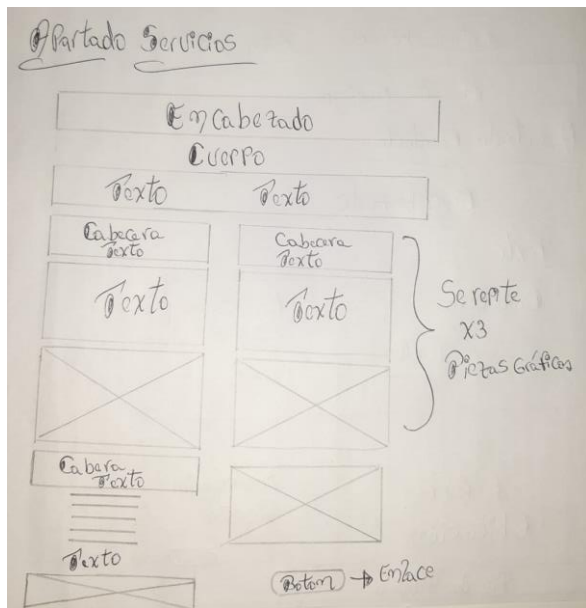
Boceto NOSOTROS



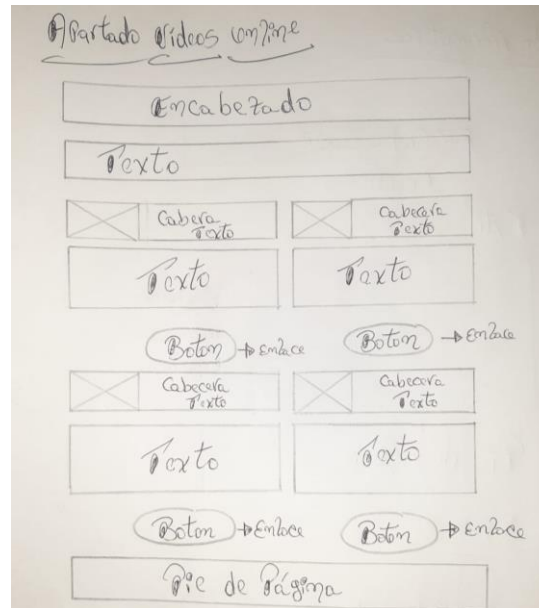
Boceto NORMATIVAS



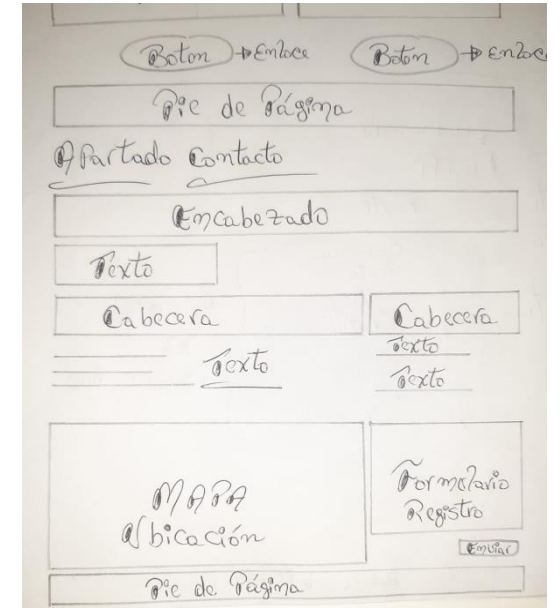
Boceto SERVICIOS



Boceto VIDEOS ONLINE



Boceto CONTACTOS



Interface Web

Apartado INICIO

Portada 1



Portada 2



Portada 3



Apartado *NORMATIVAS*



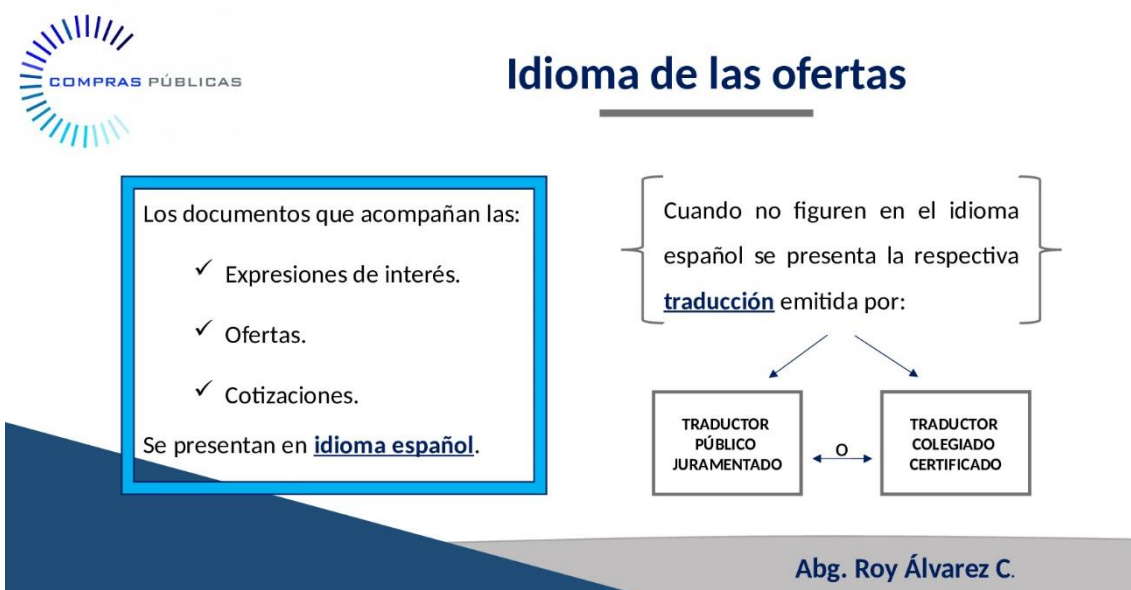
COMPRAS PÚBLICAS

REPUBLICA DEL PERÚ
PERÚ
MTPE

Conoce las Normas Legales

[CLICK AQUI](#)

Apartado *SERVICIOS*



COMPRAS PÚBLICAS

Idioma de las ofertas

Los documentos que acompañan las:

- ✓ Expresiones de interés.
- ✓ Ofertas.
- ✓ Cotizaciones.

Se presentan en **idioma español**.

Cuando no figuren en el idioma español se presenta la respectiva **traducción** emitida por:

- TRADUCTOR PÚBLICO JURAMENTADO
- TRADUCTOR COLEGIADO CERTIFICADO

Abg. Roy Álvarez C.



Tribunal de Contrataciones del Estado

"(...) Debe destacarse que el procedimiento administrativo se rige por principios, que constituyen elementos que el legislador ha considerado básico, por un lado, para encausar y delimitar la actuación de la Administración y de los administrados en todo procedimiento y, por el otro lado, para controlar la discrecionalidad de la Administración en la interpretación de las normas aplicables, en la integración jurídica para resolver aquellos aspectos no regulados, así como para desarrollar las regulaciones administrativas complementarias. Abonan en este sentido, entre otros, los principios de eficacia y eficiencia, transparencia, igualdad de trato, recogidos en el artículo 2 de la Ley".

Principios de la Contratación Pública

Resolución N° 00454-2021-TEC-S3



Abg. Roy Álvarez C.



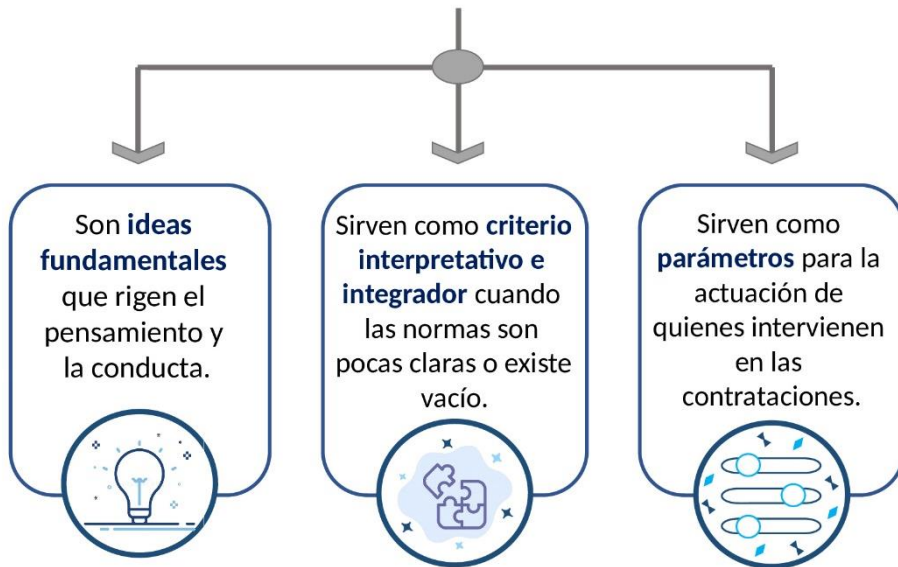
Principios de la Contratación Pública



Abg. Roy Álvarez C.

Principios de la Contratación Pública

¿Qué son los principios?



Abg. Roy Álvarez C.

Titular de la Entidad

ES LA MAS ALTA AUTORIDAD EJECUTIVA,
ENCARGADA DE LA APROBACIÓN, AUTORIZACIÓN
Y SUPERVISIÓN DE LOS PROCESOS DE
CONTRATACIÓN AL INTERIOR DE LA ENTIDAD.

FACULTADES INDELEGABLES

T
I
T
U
L
A
R

D
E



L
A

E
N
T
I
D
A
D

- Declaración de nulidad de oficio.
- Aprobación de algunas contrataciones directas.
- Aprobación modificación y exclusión de ficha de homologación.
- Aprobación de continuidad de contrato con vicio de nulidad.
- Iniciar acción judicial de anulación de laudo.
- Aprobación de encargos a organismos internacionales.

Abg. Roy Álvarez C.

Tipos de Traducciones

TRADUCTOR
PÚBLICO
JURAMENTADO

Los TPJ han sido nombrados, previo concurso, por el Ministerio de Relaciones Exteriores y hacen su trabajo de acuerdo a un reglamento establecido por la institución mediante el Decreto Supremo N° 126-2003-RE.

D.S. N° 126-2003-RE
"Reglamento de TPJ"

TRADUCTOR
COLEGIADO
CERTIFICADO

Del colegio de traductores del Perú

Manual de Procedimientos de la Traducción Certificada



No es necesario presentar traducción:

Información técnica complementaria contenida en folletos, instructivos, catálogos o similares.

Abg. Roy Álvarez C.



WEBINAR - ONLINE

GESTIÓN PÚBLICA

INSTRUCTOR
Abg. Roy Álvarez C.

FECHA
10 diciembre de 2021



Abg. Roy Alvarez C.
**Especialistas en
Contratación
Pública**



VENDERLE AL
ESTADO REQUIERE
.....
**Actualizarte
Capacitarte**
.....
PARA ESTAR BIEN
INFORMADO

Interface Móvil

