

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
NUEVOS TIEMPOS. NUEVAS IDEAS**

ESCUELA DE POSGRADO

Dr. Luis Claudio Cervantes Liñán



**MAESTRÍA EN INGENIERÍA DE SISTEMAS Y
COMPUTACIÓN**

TESIS

**APLICACIÓN DE UN MODELO DE E-MARKETPLACE
VERTICAL EN EL PROCESO DE VENTA DE ARTÍCULOS
DE VESTIR EN LA GALERÍA “CENTRO GAMARRA”**

PRESENTADO POR:

ALEX HUAYLLASCO MOTTA

**Para optar el grado Académico de Maestro en
Ciencias en Ingeniería de Sistemas y Computación
con mención en Gestión de Tecnologías de la
Información**

ASESOR DE TESIS: MSc. CÉSAR LUZA MONTERO

2019

Resumen

El objetivo principal de esta investigación fue determinar la influencia de un modelo de e-marketplace vertical en el proceso de venta de artículos de vestir en la Galería "Centro Gamarra". La hipótesis planteada fue la aplicación de un modelo de e-marketplace vertical influye positivamente en el proceso de venta de artículos de vestir en la Galería "Centro Gamarra".

La metodología de investigación utilizada fue de tipo aplicada, de nivel explicativo y de diseño pre experimental. Se halló diferencias estadísticamente significativas en el tiempo y el número de ventas, antes y después de haber implementado el sistema de información: e-marketplace vertical aplicando t de Student, porque los datos de la muestra tuvieron distribución normal y están relacionadas. Para el estudio de la variable dependiente: Proceso de venta de Artículos de vestir se aplicaron dos fichas de observaciones para recopilar los datos antes y después de los indicadores cuantitativos y para el indicador cualitativo: satisfacción del cliente se aplicó un cuestionario.

Los resultados de la investigación fueron los siguientes: el tiempo empleado en realizar una venta se obtuvo una media de 4,03 minutos antes y 1,60 después; en el número de ventas al día se obtuvo una media de 20 ventas antes y después 53 ventas al día; con respecto al tiempo empleado en generar un reporte de venta antes se halló una media de 15 minutos y después de 1,4 minutos. El nivel de satisfacción del cliente mejoró significativamente después de aplicar el modelo e-marketplace; pasó de una percepción mala a muy bueno, hallando un 95% de aceptación.

Palabras clave: Sistema web, e-marketplace vertical, proceso de venta, b2b, b2c.

Abstract

The main objective of this research was to determine the influence of a vertical e-marketplace model in the process of selling clothing items in the "Centro Gamarra" Gallery. The hypothesis proposed was the application of a vertical e-marketplace model that positively influences the process of selling clothing items in the Gamarra Center Gallery.

The research methodology used was of the applied type, explanatory level and pre-experimental design. Statistically significant differences were found in the time and number of sales, before and after having implemented the information system: vertical e-marketplace applying Student's t, because the sample data had normal distribution and are related. For the study of the dependent variable: Clothing Sales process, 2 observation sheets were applied to collect the data before and after the quantitative indicators and for the qualitative indicator: customer satisfaction, a questionnaire was applied.

The results of the investigation were the following: the time taken to make a sale was obtained an average of 4.03 minutes before and 1.60 after; in the number of sales per day an average of 20 sales was obtained before and after 53 sales per day; Regarding the time taken to generate a sales report, an average of 15 minutes was found and after 1.4 minutes. The level of customer satisfaction improved significantly after applying the e-marketplace model; went from a bad perception to very good, finding a 95% acceptance.

Keywords: Web system, vertical e-marketplace, sales process, b2b, b2c.