

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales



Factores de la web site que impulsan a la intención de compras online en la plataforma de mercado libre: Una perspectiva de la generación Z y Millennials

Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro(a) en Administración de Negocios con Mención en Gestión Empresarial

Autor:

Gerson Eleazar Arias García

Danilo Yojimar Llalli Ramos

Katherin Nicol Vera Nuñez

Asesor:

José Tarrillo Paredes

Lima, diciembre 2024

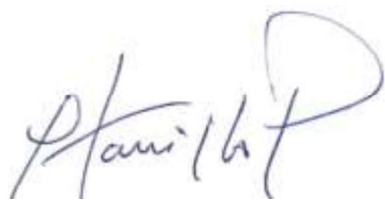
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo José Tarrillo Paredes, docente de la Unidad de Posgrado de Ciencias Empresariales, Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: “**Factores de la web site que impulsan a la intención de compras online en la plataforma de mercado libre: Una perspectiva de la generación Z y Millennials**” del (los) autor (autores) Gerson Eleazar Arias Garcia, Danilo Yojimar Llalli Ramos, Katherin Nicol Vera Nuñez tiene un índice de similitud de 12 % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 02 días del mes de enero del año 2025



Dr. José Tarrillo Paredes



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Naña, Villa Unión, a 27 día(s) del mes de diciembre del año 2024, siendo las 8:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Campus Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a)

Mtra. Dany Tudet Millones Riza el (la) secretario(a) Mg. Marín Estefa Huayta Cereza y los demás miembros: Dra. Gladys Toyohama Pocer, Mg. Carlos Coronado Medina y el (la) asesor(a) Dr. José Tarrillo Paredes

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: Factores de la web site que impulsan a la intención de compras online en la plataforma de mercado libre: Una perspectiva de la generación Z y Millennials del (de la)/(los)/(las) candidato(a)/s a Danilo Tojimar Lalli Ramos b. Gerson Eleazar Arias García c. Katherine Nicol Vera Nuñez

conducente a la obtención del Grado Académico de Maestro(a) en: Administración de Negocios con mención en Gestión Empresarial

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado. Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato/a (a): Danilo Tojimar Lalli Ramos

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	15	B-	Buena	Muy Buena

Candidato/a (b): Gerson Eleazar Arias García

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	15	B-	Buena	Muy Buena

Candidato/a (c): Katherine Nicol Vera Nuñez

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	15	B-	Buena	Muy Buena

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Signatures and titles: Presidente/a, Asesor/a, Candidato/a (a), Secretario/a, Miembro, Candidato/a (b), Candidato/a (c)

La sustentación fue realizada de manera virtual

RESUMEN

El comercio electrónico ha experimentado un auge significativo, especialmente en un grupo vinculado estrechamente a la era digital que es la generación Z y los Millennials que se adaptaron con naturalidad al desarrollo tecnológico. Este estudio, analizó los factores del sitio web que influyen en la intención de compra en Mercado Libre; enfocándose en aspectos como la confianza, la calidad del sistema y la reputación, con la intención de determinar las características del sitio web que incentivan la intención de compra en jóvenes de entre 18 y 28 años. Se utilizó un diseño no experimental y transversal, aplicando el modelo de ecuaciones estructurales (SEM) a 480 usuarios peruanos de la plataforma, obtenidos a través de 498 encuestas. Se aplicó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) a datos transversales de 480. Se halló que el 81% de los usuarios confía en Mercado Libre gracias a medidas de seguridad como la billetera electrónica y protocolos avanzados, un 87% valoró la interfaz intuitiva y el diseño del sistema como aspectos claves para realizar compras, un 79% consideró la reputación del sitio como determinante para la confianza. En síntesis, la confianza en la plataforma y una experiencia de usuario eficiente son elementos esenciales que influyen en la intención de compra de la Generación Z y Millennials. Por ello, invertir en sistemas seguros y adaptados a este segmento resulta crucial para las empresas.

ABSTRACT

E-commerce has experienced a significant boom, especially in a group closely linked to the digital era, which is generation Z and Millennials who adapted naturally to technological development. This study analyzed the website factors that influence purchase intention on Mercado Libre, focusing on aspects such as trust, system quality, and reputation. The aim was to determine the website features that encourage purchase intention among young people aged 18 to 28. A non-experimental and cross-sectional design was used, applying the structural equation modeling (SEM) technique to 480 valid surveys from Peruvian platform users. The findings revealed that 81% of users trust Mercado Libre due to security measures like electronic wallets and advanced protocols. Additionally, 87% valued the intuitive interface and system design as key aspects for making purchases, while 79% considered the site's reputation as crucial for building trust. In summary, platform trust and an efficient user experience are essential elements influencing Generation Z and Millennial's purchase intention. Therefore, investing in secure and tailored systems for this segment is crucial for companies.

Palabras clave:

- Generación Z, Millennials, intención de compra, seguridad en línea, interacción con el sitio web, plataformas de venta online, percepción de riesgo.