



Título:

ESTRATEGIAS DE E-COMMERCE PARA LA EFICACIA DE LA PLATAFORMA VIRTUAL - UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ 2014.

Autor:

- LUQUE CAMAHUALÍ, ELIZABETH ESTRELLA

Fecha: 2015

RESUMEN

A medida que va transcurriendo los años el término E-Commerce se ha catapultado como un método de mayor familiaridad, es por ello que el comercio online ha permitido la realización de transacciones a nivel mundial. El creciente uso de internet ha permitido la aparición de formas de pagos por medio de la plataforma virtual en las universidades, agilizando sus procesos. Por el cual la formulación del problema es ¿De qué manera el alcance de la plataforma virtual a los estudiantes permite la eficacia en su uso? A continuación en el presente trabajo de investigación se enfoca como objetivo identificar el alcance de la plataforma virtual a los estudiantes esto se evidencia al aplicar el instrumento. La hipótesis general es el alcance de las estrategias de E-Commerce permitirá la eficacia del uso de la plataforma virtual en la Universidad Autónoma del Perú. El estudio que aplicaré es descriptivo, el diseño de investigación es no experimental, el método es Cualitativo-Cuantitativo. La población de estudio está constituida por la totalidad de 5350 estudiantes de la Universidad Autónoma del Perú, por el cual 72 representa la muestra. Luego por medio de la técnica de la encuesta, apliqué el cuestionario de 30 preguntas. Los resultados logrados permiten deducir que es posible mejorar la plataforma virtual de la Universidad Autónoma del Perú por medio de estrategias de E-Commerce logrando así la eficacia de ésta.

Palabras Claves: comercio online, estrategias de E-Commerce, plataforma virtual