

Diseño de un Plan de Negocios de la Tienda Online Kuña Mbarete de productos para mujeres. Limpio - Año 2021

Leidy Soledad Alderete Bogado
Noelia Lugo Aguilar
Tutor: Hugo Jara Rodríguez

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito diseñar un plan de negocio de la Tienda Online Kuña Mbarete de productos para mujeres, en la ciudad de Limpio en el año 2021, es por tanto que a través de la aplicación del estudio de mercado se logró identificar los objetivos que fueron planteados en este proyecto, en cuanto a la metodología empleada fue con enfoque mixto, el tipo de investigación fue aplicada, con nivel descriptivo, tomando como población a las ciudadanas mujeres de la ciudad de Limpio de entre 15 a 64 años y que totalizan 40.795 personas, con respecto al tipo de muestreo fue el probabilístico y se ha seleccionado de manera intencional, la muestra resultante fue de 382 mujeres al aplicar la formula muestral. Los principales resultados del estudio del mercado fueron que el 54% de los encuestados utilizan bastante las redes sociales; referente a la motivación de compra de forma online, el 46% respondieron que la comodidad, y que en caso de apertura de la empresa el 73% comprarían de la empresa, al analizar la factibilidad financiera se pudo identificar por medio del primer indicador financiero analizado que fue el Valor Actual Neto, que arrojó resultado positivo de Gs.818.910.517, mientras que para conocer la rentabilidad exacta de la inversión se aplicó el indicador Tasa Interna de Retorno, que arrojó rentabilidad de 67%. Se llegó a la conclusión que es factible técnica y financieramente ejecutar el plan de negocio en el mercado.

Palabras claves: tienda online, productos para mujeres, plan de negocio.

**Design of a Business Plan for Kuña Mbarete Online Store, Women's Products. Limpio
- Year 2021**

ABSTRACT

This research work aimed to design a business plan for the online store Kuña Mbarete, specializing in products for women, in the city of Limpio in 2021. Through market research, the objectives set for this project were identified. The methodology employed was mixed, with an applied research approach, descriptive level, and a population of women from Limpio aged 15-64, totaling 40,795 individuals. Probabilistic sampling was used, with an intentional selection, resulting in a sample of 382 women. Key findings included: 54% of respondents frequently use social media; 46% cited comfort as their motivation for online purchases; and 73% expressed willingness to purchase from the company upon its opening. Financial feasibility analysis yielded a positive Net Present Value of Gs.818,910,517 and an Internal Rate of Return of 67%, indicating technical and financial viability of the business plan.

Keywords: online store, women's products, business plan.

Ñemongyru Kuña Mbarete Ñemoñare Kuatia, Kuñakarai Kuatia pegua. Táva

Limpio-pe, Ary 2021-pe

MOMBYKY

Ko péva tembi'u ñemongyru ku ñemoñare kuatia Kuña Mbarete, ojejapopa kuimba'e kuñakarai pegua, táva Limpio-pe, ary 2021-pe. Tembi'u ñemoaranduva ha'e ku ñemongyru, ha ñemohendava ku ñemoñare kuatia. Ñemongyru ha'e peteĩ ñemohendavy, ñemongyru ojejapopa, ha kuatia ñemohendavy, ku ñemoñare kuatia Limpio-pe, kuñakarai 15-64 arykuéra, ha kuatia 40.795 kuimba'e. Ñemongyru ojejapopa ku ñemoñare kuatia probabilístico, ha kuatia ñemohendavy, ku ñemoñare kuatia 382 kuñakarai. Kuatia ñemongyru ñemoaranduva ha'e: 54% ku ñemoñare kuatia ojehecha social media; 46% ku ñemoñare kuatia ñemoaranduva ku komodidad; ha 73% ku ñemoñare kuatia ñemoaranduva ku kuatia ku ñemoñare kuatia. Ñemongyru kuatia financiera ñemoaranduva ku Valor Actual Neto, kuatia Gs.818.910.517, ha ku Tasa Interna de Retorno, kuatia 67%.

Ñe'ẽ tenondegua: Kuatia online, kuñakarai kuatia, ñemoñare kuatia.