

ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

MAESTRÍA EN
MARKETING DIGITAL



**" Elaboración de un Plan de Negocios para la Creación de una
Tienda Virtual de Chompas Artesanales de Alpaca en la
Ciudad del Cusco "**

**Trabajo de Investigación
para optar el Grado a Nombre de la Nación de :**

Maestro en
Marketing Digital

Autora:
Bach. Rodríguez Sánchez, Edith

Docente Guía:
MBA. Acevedo Velazco, Christopher George

TACNA- PERÚ

2024

21 %
INDICE DE SIMILITUD

20 %
FUENTES DE INTERNET

3 %
PUBLICACIONES

9 %
TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del(los) autor(es)”

Dedicatoria

"A la memoria de mi bella madre Nelly, un faro de amor en mi vida. A través de su fortaleza, dedicación y sacrificio, me enseñó el verdadero significado del amor incondicional. Aunque físicamente ya no está conmigo, su legado perdura en cada paso que doy recordándome siempre el poder del amor. Gracias por ser mi inspiración eterna."

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi amado esposo Miguel por ser mi compañero incondicional en este viaje llamado vida. Su apoyo constante, su amor inquebrantable y su presencia reconfortante han sido mi mayor fortaleza en los momentos más desafiantes.

Agradezco a mis bellos hijos, Ian y Mauricio, quienes han llenado mi vida de amor, alegría y significado, siempre serán el motor que encienden mis días y la motivación para alcanzar cada una de mis metas. Los amo más de lo que las palabras pueden expresar.

Por último, deseo expresar mi más sincero agradecimiento a mis amados padres, Roberto y Nelly. Su amor, valores, dedicación y enseñanzas han sido los pilares fundamentales que han forjado mi carácter y mi camino en la vida. Agradezco infinitamente su inmenso amor y apoyo que han permitido lograr mis metas.

Índice de Contenido

Resumen	14
Abstract.....	15
Introducción	16
Capítulo I Antecedentes del Estudio	18
1.1 Título del Tema:	18
1.2 Planteamiento del Problema:	18
1.3 Objetivos	19
1.3.1 Objetivo General.....	19
1.3.2 Objetivos Específicos	19
1.4 Metodología	20
1.4.1 Tipo de Investigación.....	20
1.4.2 Nivel de Investigación.....	20
1.4.3 Diseño de Investigación	21
1.5 Justificación.....	22
1.5.1 Justificación Teórica.....	22
1.5.2 Justificación Práctica	23
1.5.3 Justificación Metodológica.....	23
1.6 Definiciones.....	24
1.7 Alcances y Limitaciones	26
1.7.1 Alcances.....	26
1.7.2 Limitaciones	26
1.8 Cronograma	27
Capítulo II Marco Teórico.....	28
2.1 Conceptualización de las Variables	28

2.1.1 Negocio	28
2.1.2 Plan de Negocio	30
2.1.3 Comercio Electrónico	33
2.1.4 Chompas de Alpaca	40
2.2 Importancia de las Variables Clave	48
2.2.1 Negocio	48
2.2.2 Plan de Negocio	48
2.2.3 Comercio Electrónico	48
2.2.4 Chompas de Alpaca	49
2.3 Análisis Comparativo	49
2.4 Análisis Crítico	51
Capítulo III Marco Referencial	53
3.1 Reseña Histórica	53
3.2 Filosofía Organizacional	56
3.2.1 Misión	56
3.2.2 Visión	56
3.2.3 Valores	57
3.3 Diseño Organizacional	59
3.4 Diagnóstico Organizacional	62
Capítulo IV Resultados	65
4.1 Análisis de Mercado	65
4.1.1 Descripción del Mercado	65
4.1.2 Análisis de Tendencias	94
4.1.3 Análisis de la Competencia	101
4.1.4 Análisis PESTEL	105

4.2 Plan Estratégico	113
4.2.1 Objetivos Estratégicos.....	113
4.2.2 Estrategia del Negocio	114
4.3 Plan de Marketing	114
4.3.1 Análisis de la Situación.....	114
4.3.2 Público Objetivo.....	122
4.3.3 Segmentación del Mercado	126
4.3.4 Objetivos	128
4.3.5 Marketing Mix	128
4.3.6 Estrategias y Tácticas	134
4.3.7 Plan de Acción.....	138
4.3.8 Monitorización	139
4.4 Plan Operativo	141
4.4.1 Diseño del Producto	141
4.4.2 Diseño de Procesos	144
4.4.3 Plataforma E-Commerce	148
4.4.4 Logística E-Commerce	153
4.4.5 Ubicación de las Instalaciones	155
4.5 Plan Financiero	157
4.5.1 Análisis de Costos	157
4.5.2 Punto de Equilibrio	159
4.5.3 Inversión Inicial.....	160
4.5.4 Proyección de Flujo de Caja.....	162
4.5.5 Análisis de Rentabilidad	163
Capítulo V Sugerencias	164

Conclusiones.....	164
Recomendaciones	166
Bibliografía.....	168
Anexos.....	176

Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis comparativo de los tópicos clave del marco teórico.	50
Tabla 2 Ingresos promedio en Perú según NSE.	65
Tabla 3 Población en el Perú según NSE.	65
Tabla 4 Población de Lima Metropolitana según NSE.	66
Tabla 5 Número de encuestados por ciudad.	68
Tabla 6 Rango de edades de los encuestados.	69
Tabla 7 Nivel educativo de los encuestados.	70
Tabla 8 Ocupación de los encuestados.	71
Tabla 9 Preferencias de compra de souvenirs en visitas turísticas.	72
Tabla 10 Motivaciones de compra de productos locales artesanales.	73
Tabla 11 Nivel de importancia de apoyo a productos y artesanos locales.	74
Tabla 12 Frecuencia de compras online.	75
Tabla 13 Frecuencia de compras de prendas de vestir.	76
Tabla 14 Factores que influyen en la decisión de compra.	77
Tabla 15 Aspectos relevantes relacionados a tiendas online.	78
Tabla 16 Temporada de mayor frecuencia de uso de prendas tipo chompa.	80
Tabla 17 Material de preferencia de chompas.	81
Tabla 18 Las ventajas asociadas a la fibra de alpaca.	83
Tabla 19 Presupuesto para la adquisición de chompas artesanales de alpaca de calidad.	85
Tabla 20 Desafíos que se perciben en relación a chompas artesanales de alpaca.	86
Tabla 21 Análisis relacionada con las preferencias de compra en línea y/o de chompas artesanales.	87
Tabla 22 Distribución del tráfico orgánico por países.	119
Tabla 23 Calidades de fibra de alpaca, definición, requisitos y rotulado según NTP 231.301:2024.	141
Tabla 24 Presupuesto del desarrollo de la plataforma de ventas online.	152
Tabla 25 Tarifario de precios referenciales de operadores logísticos de envíos a nivel nacional.	155
Tabla 26 Costos estimados de para la producción de 12 chompas de alpaca.	157
Tabla 27 Costo mensual de administración del negocio.	158
Tabla 28 Costos de comercialización.	158

Tabla 29 Consolidado de inversión del negocio.....	160
Tabla 30 Proyección de flujo de caja para el primer año de funcionamiento.....	162

Índice de Figuras

Figura 1 Diagrama de Gantt de las actividades a desarrollar.	27
Figura 2 Prendas de alpaca en variedad de colores y diseños.	41
Figura 3 Razas de alpaca, características y diferencias.	43
Figura 4 Producción de fibra de alpaca en el Perú 2022.	44
Figura 5 Origen de los Artesanos del departamento de Cusco.	45
Figura 6 Mercado artesanal de Pisac, mostrando variedad de artesanía textil.	54
Figura 7 Logotipo propuesto para la tienda.	56
Figura 8 Estructura organizacional.	61
Figura 9 Población en el Perú según NSE.	66
Figura 10 Población de Lima metropolitana según NSE.	67
Figura 11 Ciudades de residencia de participantes de la encuesta.	68
Figura 12 Rangos de edad de participantes de la encuesta.	69
Figura 13 Nivel educativo de participantes de la encuesta.	70
Figura 14 Ocupación de participantes de la encuesta.	71
Figura 15 Preferencia de compra de souvenirs en destinos turísticos.	72
Figura 16 Motivaciones de compra de productos locales.	73
Figura 17 Importancia del apoyo a artesanos y consumo de productos locales.	74
Figura 18 Frecuencia de compras en línea.	75
Figura 19 Situación de compras de prendas de vestir en línea.	76
Figura 20 Factores que influyen en la decisión de compra de productos en línea.	77
Figura 21 Aspectos valorados de tiendas y catálogos virtuales.	79
Figura 22 Temporadas de mayor uso de chompas.	80
Figura 23 Preferencias de materiales de prendas tipo chompas.	82
Figura 24 Las ventajas identificadas por los encuestados en relación a la fibra de alpaca.	84
Figura 25 Presupuesto para la compra de chompas artesanales de calidad.	85
Figura 26 Desafíos que perciben los encuestados con respecto a chompas artesanales de alpaca.	86
Figura 27 Exportaciones textiles de enero a setiembre del departamento del Cusco.	92
Figura 28 Precio referencial de una chompa de alpaca en el mercado internacional (US\$).	94

Figura 29 Categorías preferidas de compradores online en el Perú.	95
Figura 30 Gasto mensual de compras en línea en Perú.	96
Figura 31 Frecuencia de compras online en Perú.	97
Figura 32 Edades de compradores en línea.	98
Figura 33 Medios de pago en el comercio electrónico en el Perú.	99
Figura 34 Chompas de alpaca en distintos diseños en Kuna Stores.	103
Figura 35 Chompas de alpaca de Pure Alpaca Stores.	104
Figura 36 Perú: evolución de líneas en servicio fijo y móvil en servicio, periodo 2005-2021 (millones)	108
Figura 37 Perú: evolución de conexiones de acceso a internet, periodo 2010-2021 (millones).....	108
Figura 38 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter.	116
Figura 39 Mapa de posicionamiento de Kuna Stores junto a otras tiendas importantes del país.....	117
Figura 40 Tráfico Orgánico y de pago correspondiente al mes de abril.....	118
Figura 41 Datos del tráfico web correspondiente al mes de marzo.....	119
Figura 42 Distribución de canales de marketing.....	120
Figura 43 Palabras clave por intención de búsqueda.	121
Figura 44 Tipos de backlinks, enlaces follow y no follow.	122
Figura 45 Buyer Persona de la tienda online de chompas de alpaca.....	125
Figura 46 Customer journey de un cliente en la tienda online.....	126
Figura 47 Chompa de alpaca con diseños geométricos.	129
Figura 48 Propuesta de empaque sostenible de la marca para compras online.	130
Figura 49 Empaque para pedidos locales.	131
Figura 50 Etiquetado de las prendas de alpaca.	131
Figura 51 Imagen referencial de plataforma eCommerce del negocio.....	136
Figura 52 Plan de acción de las estrategias de marketing.....	138
Figura 53 Los hilados se clasifican de acuerdo al tejido, a mano o industrial.....	142
Figura 54 Colores naturales de fibra de alpaca.	143
Figura 55 Medidas para la elaboración de chompas de alpaca.	144
Figura 56 Flujo de gestión de pedido online.	154
Figura 57 Diseño de instalaciones y oficinas referencial.....	156

Figura 58 Punto de equilibrio de cantidad de productos 160

Resumen

Este trabajo de investigación se centra en la creación de un plan de negocios completo y efectivo para establecer y operar una tienda de chompas artesanales de alpaca en la Ciudad del Cusco, Perú.

Para alcanzar este objetivo, se han definido objetivos específicos que abarcan desde la identificación de la idea de negocio, el análisis del mercado para comprender la demanda, la competencia y las tendencias actuales la elaboración de proyecciones financieras, el diseño de estrategias de marketing y promoción efectiva, la planificación operativa detallada, la evaluación de riesgos y estrategias de mitigación, y la evaluación de la viabilidad y sostenibilidad a largo plazo del negocio.

La justificación de este trabajo se basa en su contribución al conocimiento académico, su metodología integral y su relevancia práctica para fortalecer la economía local, preservar la cultura y fomentar el emprendimiento. Además, se reconocen tanto los alcances como las limitaciones, como la disponibilidad de tiempo y el entorno económico impredecible.

Este estudio proporcionará una valiosa hoja de ruta para emprendedores interesados en el establecimiento de una tienda de chompas en el Cusco, promoviendo el desarrollo económico y cultural de la región a través de un enfoque estratégico y bien fundamentado.

Palabras claves: Idea de negocio, Plan de negocios, Plan de marketing, Plan de operaciones, Viabilidad, Proyección financiera.

Abstract

This research work focuses on the creation of a complete and effective business plan to establish and operate an alpaca artisanal sweater store in the City of Cusco, Peru. To achieve this objective, specific objectives have been defined that range from the identification of the business idea, the analysis of the market to understand demand, competition and current trends, the preparation of financial projections, the design of marketing and promotion strategies. effective, detailed operational planning, risk assessment and mitigation strategies, and assessment of the long-term viability and sustainability of the business.

The justification of this work is based on its contribution to academic knowledge, its comprehensive methodology and its practical relevance to strengthen the local economy, preserve culture and promote entrepreneurship. In addition, both the scope and limitations are recognized, such as the availability of time and the unpredictable economic environment.

This study will provide a valuable roadmap for entrepreneurs interested in establishing a sweater store in Cusco, promoting the economic and cultural development of the region through a strategic and well-founded approach.

Keywords: Business idea, Business plan, Marketing plan, Operations plan, Viability, Financial projection.

Introducción

La Ciudad del Cusco, ubicada en el corazón de Perú, es un enclave de rica historia, cultura y belleza escénica que atrae a visitantes de todo el mundo. Sin embargo, tras la fascinación que despiertan sus paisajes y su patrimonio cultural, se esconde una realidad económica que plantea desafíos significativos para sus residentes locales. La búsqueda de empleos estables y bien remunerados en esta región es una lucha constante, lo que ha llevado a la necesidad de explorar nuevas fuentes de ingresos y emprendimiento.

La riqueza cultural y tradicional del Cusco, sumada a la creciente demanda de productos artesanales, ofrece un escenario propicio para la consolidación de negocios que no solo celebren la herencia local, sino que también contribuyan al desarrollo sostenible de la comunidad. Esta investigación busca justificar la necesidad de un plan de negocios integral que no solo promueva la comercialización de chompas, sino que también se adapte a las dinámicas del mercado actual y respete las tradiciones culturales. En ese sentido, las chompas de alpaca, prendas de vestir tradicionales confeccionadas con habilidad artesanal, representan no solo una manifestación de la cultura local, sino también una oportunidad empresarial que necesita ser reimpulsada.

Este trabajo se apoya en la premisa de que la combinación de la tradición artesanal con una gestión empresarial moderna puede generar oportunidades de empleo y generación de ingresos que contribuirán al bienestar económico de la comunidad, preservando al mismo tiempo su rica herencia cultural.

El objetivo general de esta investigación es elaborar un plan de negocios completo y estratégico que no solo permita el establecimiento de una tienda de chompas de alpaca en el Cusco, sino que también sirva como un modelo para otros emprendedores locales. Para lograr este propósito, se plantean objetivos específicos

que abarcan desde la identificación clara de la idea de negocio hasta la evaluación de la viabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

El presente trabajo se estructura en cinco capítulos que abordan aspectos clave en el proceso de elaboración de un plan de negocios. En el Capítulo 1, se explorarán los antecedentes que motivaron esta investigación, destacando la relevancia y la necesidad de una tienda virtual especializada en chompas de alpaca en la ciudad de Cusco.

El Capítulo II ofrece un sólido marco teórico que abarca conceptos fundamentales relacionados a los negocios, el comercio electrónico y la peculiaridad de los productos de alpaca. Se busca establecer una base conceptual que oriente las decisiones estratégicas y operativas durante la implementación del plan de negocios.

El Capítulo III se centra en el marco referencial, proporcionando un análisis detallado del contexto local y nacional, así como de las tendencias de consumo en el mercado de prendas de alpaca. Este análisis permitirá una comprensión más profunda de las condiciones específicas en las que se desenvolverá la tienda virtual.

En el Capítulo IV, se presentarán los resultados obtenidos a través de investigaciones de mercado, encuestas y análisis de la competencia. Estos datos proporcionarán insights cruciales para la toma de decisiones estratégicas y la configuración de la propuesta de valor de la tienda virtual.

Finalmente, el Capítulo V englobará las conclusiones derivadas de la investigación, así como las sugerencias y recomendaciones pertinentes para la implementación exitosa del plan de negocios. Se espera que este trabajo no solo contribuya al conocimiento académico, sino que también sirva como guía práctica para emprendedores interesados en incursionar en el mercado de prendas de alpaca a través de canales virtuales en la ciudad del Cusco.