

UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL SUR



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERIA DE SISTEMAS
EMPRESARIALES

"PLAN DE NEGOCIOS PARA OFRECER UN SISTEMA DE REGISTRO
DE HISTORIAS CLINICAS A VETERINARIAS. EN LIMA
METROPOLITANA 2015"

Tesis para optar el Título Profesional de:
Ingeniero de Sistemas Empresariales

Presentado por:

Bach. Giorgio Luigi Limo Arispe

Lima – Perú

2015

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO I IDEA DE NEGOCIO.....	1
1.1. DESCRIPCION DE LA NECESIDAD INSATISFECHA.....	1
1.2. HIPOTESIS Y OBJETIVOS	1
1.3 JUSTIFICACION DEL PROYECTO	3
1.4. PRODUCTO / SERVICIO A OFRECER.....	3
1.5. MERCADO OBJETIVO	4
1.6. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL ENTORNO	4
1.7. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS PROMOTORES	5
1.8. DIFERENCIACION	5
1.9. ESTRATEGIA EMPRESARIAL O GENERICA	6
CAPITULO II ANALISIS DEL SECTOR / SECTOR	7
2.1. MACRO AMBIENTE	7
2.1.1. ASPECTOS LEGALES.	7
2.1.2. ASPECTOS ECONOMICOS.....	8
2.1.3. ASPECTOS TECNOLOGICOS.	9
2.1.4. ASPECTOS DEMOGRAFICOS.....	9
2.1.5. ASPECTOS SOCIOCULTURALES.	10
2.2. MICROAMBIENTE.....	10
2.2.1. PODER DE LOS COMPRADORES.....	11
2.2.2. PODER DE LOS PROVEEDORES.	11
2.2.3. AMENAZA DE POSIBLES NUEVOS PARTICIPANTES.....	12
2.2.4. AMENAZA DE BIENES O SERVICIOS SUSTITUTOS.....	13
2.2.5. RIVALIDAD ENTRE LAS INDUSTRIAS O COMPETENCIA.....	14
CAPITULO III INVESTIGACION DE MERCADO, SONDEO O ESTUDIO DE MERCADOS	15
3.1. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACION, SONDEO, ESTUDIO DE MERCADO	15
3.2. ESTUDIO DE MERCADO	15
3.3. FUENTES DE INFORMACION	16
3.3.1. FUENTES SECUNDARIAS.....	16
3.3.2. FUENTES PRIMARIAS.....	17
3.4. FICHA TECNICA	17
3.5. RESULTADOS DE LA IM.....	18
3.6. CONCLUSIONES DELA IM.....	24
3.7. ESTIMACION DE DEMANDA	24
CAPITULO IV PLAN ESTRATEGICO.....	26
4.1. ANALISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS).....	26
4.2. VISION Y MISION.....	27
4.3. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES O ESTRATEGICOS	28
4.4. ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y A NIVEL EMPRESARIAL	28
4.5. VENTAJA COMPETITIVA	30
4.6. ALIANZAS ESTRATEGICAS Y SU VALOR PARA LA EMPRESA.....	30

CAPITULO V PLAN DE MARKETING	32
1. ANTECEDENTES	32
1.1. MERCADO.....	33
1.2. PRODUCTO.....	33
1.3. COMPETENCIA	33
1.4. DISTRIBUCION	34
1.5. ENTORNO ECONOMICO	35
2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.....	35
3. FORMULACION DE ESTRATEGIAS:.....	35
3.1. SEGMENTACION	35
3.1.1. VARIABLE DEMOGRAFICA.....	35
3.1.2. VARIABL.....	35
3.1.3. E GEOGRAFICA.....	35
3.1.4. VARIABLE PSICOGRAFICA.....	36
3.2. POSICIONAMIENTO.....	36
3.2.1. PRODUCTO.....	36
3.2.2. SERVICIO.....	36
3.2.3. IMAGEN.....	36
3.2.4. PERSONA.....	37
3.3. POSTURAS COMPETITIVAS.....	37
3.3.1. OFENSIVA	38
3.3.2. DEFENSIVA.....	38
3.3.3. FLANQUEO.....	39
3.3.4. CONFRONTACION.....	39
3.3.5. SEGUIMIENTO.....	40
3.3.6. GUERRILLA.....	40
3.4. DESARROLLO DE PRODUCTO	40
3.4.1. INTEGRADA.....	40
4. DETERMINACION DE OPERACIONES, DE ESTRATEGIAS Y TACTICAS OPERATIVAS (ESTRATEGIA DEL MERCADO).....	40
4.1. PRODUCTO.....	40
4.2. PRECIO	42
4.3. PROMOCION.....	45
4.4. PLAZA.....	47
5. MATRIZ B.C.G.....	47
6. ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS: Extensión de línea de Producto, Extensión de Marca, Multi Marca, Nuevas Marcas, Etc.	50
7. EVALUACION Y CONTROL DEL PLAN	50
8. ELABORACION Y EJECUCION DEL PLAN.....	52
9. PRESUPUESTO DE MARKETING.....	54
CAPITULO VI PLAN DE OPERACIONES	55
6.1. OBJETIVOS (CALIDAD, FLEXIBILIDAD, ENTREGA, COSTOS).....	55

6.2. ESTRATEGIAS DE OPERACIONES: CALIDAD, COSTOS, LOCALIZACION, RECURSOS HUMANOS.....	55
6.3. DISEÑO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO	57
6.4. DISEÑO DE PROCESOS OPERATIVOS	58
6.5. PLANIFICACION DE LA PRODUCCION	59
6.6. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	59
6.7. ACTIVIDADES PRE OPERATIVAS	61
6.8. ESTANDARES: CALIDAD, ENTREGA, COSTOS	61
6.9. DISEÑO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO	62
6.9.1. TRIANGULO DE SERVICIO.	62
6.9.2. SERVICIO FUNDAMENTAL Y SUPLEMENTARIOS.	65
6.10. FLUJO DE PROCESOS.....	65
6.11. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	66
6.12. PLANES DE CONTINGENCIA.....	67
CAPITULO VII ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	69
7.1. ORGANIZACION.....	69
7.1.1. TIPO DE SOCIEDAD.	69
7.1.2. TIPO DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	69
7.1.3. PARTES DE LA ORGANIZACION.....	70
7.2. RECURSOS HUMANOS.....	71
7.2.1. OBJETIVOS.	71
7.2.2. ESTRATEGIA.	71
7.2.3. POLITICAS.....	71
7.2.4. ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS.....	71
7.3. RECLUTAMIENTO.....	72
7.4. SELECCION.....	72
7.5. CONTRATACION.....	72
7.6. INDUCCION	72
7.7. CAPACITACION Y DESARROLLO	72
7.8. EVALUACION DEL DESEMPEÑO.....	72
7.9. COMPENSACIONES	73
7.10. MOTIVACION.....	73
7.11. SISTEMA DE REMUNERACIONES	73
7.12. PLANILLAS.....	73
CAPITULO VIII RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	75
8.1. IMPACTOS SOCIALES: INTERNOS Y EXTERNOS	75
8.2. IMPACTOS AMBIENTALES	76
CAPITULO IX PLAN CONTABLE Y FINANCIERO.....	78
9.1. SUPUESTOS BASICOS	78
9.2. ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS	79
9.3. OBJETIVOS	80
9.4. POLITICAS	80
9.5. PRESUPUESTO GENERAL	80

9.5.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	80
9.5.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	81
9.6. ESTRUCTURA DE LA INVERSION – FUENTE DE LA INVERSION	83
9.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	83
9.8. EVALUACION Y PROYECCION FINANCIERA (SUPUESTOS, ESTADOS FINANCIEROS, FLUJO DE EFECTIVO, ESCENARIOS) Y DECISIÓN DE INVERSION (TASA DE DESCUENTO, VAN, TIR, PAY-BACK) ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	84
9.9. ANALISIS FINANCIERO	92
9.10. CRONOGRAMA GENERAL.....	93
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	94
LISTA DE REFERENCIAS	96
ANEXOS	102

Lista de tablas

Tabla 1. Estadística de egresados universitarios.....	12
Tabla 2. El Análisis FODA y sus Estrategias.....	29
Tabla 3. Presupuesto de Marketing.....	53
Tabla 4. Presupuesto de Marketing.....	54
Tabla 5. Planificación de la Producción.....	59
Tabla 6. Estructura de Costos Operativos.....	66
Tabla 7. Estructura de Costos Pre Operativos.....	66
Tabla 8. Estructura de Costos Indirectos.....	67
Tabla 9. Planillas.....	74
Tabla 10. Gastos Administrativos.....	74
Tabla 11. Supuestos Básicos.....	78
Tabla 12. Tabla de precios del producto por años.....	81
Tabla 13. Tabla de valor de venta por años.....	81
Tabla 14. Tabla de gastos administrativos.....	82
Tabla 15. Tabla de gastos de servicios.....	82
Tabla 16. Tabla de gastos de ventas.....	82
Tabla 17. Punto de Equilibrio.....	83
Tabla 18. Estado de Situación Financiera.....	85
Tabla 19. Flujo de Efectivo.....	85
Tabla 20. Tasa de Descuento y VAN.....	86
Tabla 21. Porcentajes para el TIR.....	86
Tabla 22. Pay-Back.....	88
Tabla 23. Escenario Optimista.....	89
Tabla 24. Escenario Moderado.....	90
Tabla 25. Escenario Pesimista.....	91
Tabla 26. Cronograma General.....	93

Lista de figuras

Figura 1. Evolución mensual de la producción nacional 2015.	8
Figura 2. Demografía de hogares con mascotas.	9
Figura 3. Cinco Fuerzas de Porter.....	11
Figura 4. Egresados Universitarios según grado académico.	13
Figura 5. Atenciones de animales en las veterinarias.	19
Figura 6. Nivel de importancia de un Sistema Web en la Veterinarias.	20
Figura 7. Nivel de satisfacción de los clientes de las veterinarias.	20
Figura 8. Atenciones en Veterinarias: Por Tipo.....	21
Figura 9. Preferencias de Métodos de Pago.....	21
Figura 10. Animales abandonados.....	22
Figura 11. Redes sociales que más usan los clientes de las Veterinarias.	22
Figura 12. Que servicios deberían hacerse por Internet.....	23
Figura 13. Usaría un sistema web que le brinde la información y notificaciones de sus animal.	23
Figura 14. Logo de la Marca SAPPHIRA.	37
Figura 15. Precios para Usuarios.	43
Figura 16. Precios para Médicos Veterinarios Independientes.....	44
Figura 17. Precios para Consultorios Veterinarios.	44
Figura 18. Precios para Clínicas Veterinarias.....	44
Figura 19. Precios para Hospitales Veterinarios.....	45
Figura 20. Matriz B.C.G.	48
Figura 21. Cartera de Productos y Servicios Ourlimm.	48
Figura 22. Elaboración del Plan de Marketing.	52
Figura 23. Prototipo.	57
Figura 24. Prototipo.	58
Figura 25. Diseño de las Instalaciones.....	60
Figura 26. Triángulo de Servicio.	64
Figura 27. Flujo de Procesos.....	65
Figura 28. Planes de Contingencia.....	68
Figura 29 Estructura Organizacional.	70
Figura 30. TIR: Interpolación.	86
Figura 31. Pay-Back.....	88