

**FORMULACION DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA
INCREMENTAR LOS INGRESOS DE LA
EMPRESA ANIMALS BOOM
FAMILIA DE CUATRO PATAS**

**IVONE YULLIETH BASTIDAS DIAZ
ASTRID ALEXANDRA GARCIA GUTIERREZ**

**FUNDACION UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FUNDACION UNIVERSITARIA ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

**FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA INCREMENTAR LOS INGRESOS
DE LA EMPRESA ANIMALS BOOM
"FAMILIA DE CUATRO PATAS"**

**IVONE YULLIETH BASTIDAS DÍAZ
ASTRID ALEXANDRA GARCÍA GUTIÉRREZ**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

**FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA INCREMENTAR LAS
VENTAS DE LA EMPRESA ANIMALS BOOM
“FAMILIA DE CUATRO PATAS”**

**IVONE YULLIETH BASTIDAS DÍAZ
ASTRID ALEXANDRA GARCÍA GUTIÉRREZ**

**Trabajo de grado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas**

**Directora
SONIA RUTH OBANDO CASTRO
Mg Mercadeo**

**FUNDACIÓN UNIVERSIDAD SAN MARTIN
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ABIERTA Y A DISTANCIA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2016**

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	15
2. OBJETIVOS	16
2.1 OBJETIVO GENERAL	16
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
3. JUSTIFICACIÓN	17
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	17
3.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	17
3.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	19
4. MARCO DE REFERENCIA	21
4.1 ESTADO DEL ARTE	21
4.2 MARCO TEÓRICO	24
4.2.1 Desarrollo del producto	25
4.2.2 Plan de marketing	25
4.2.3 Investigación de mercados	26
4.2.4 Análisis financiero	26
4.2.5 Presupuestos	27
4.2.5.1 Características	27
4.3 MARCO CONCEPTUAL	27
4.4 MARCO LEGAL	29
4.4.1 Ley 84 de 1989 (Diciembre 27)	29
4.4.2 Ley 1774 de 2016	31
4.4.3 Declaración universal de los derechos del animal	32
4.5 MARCO ESPACIAL	33
4.6 MARCO TEMPORAL	33
4.7 MARCO CONTEXTUAL	34
5. DISEÑO METODOLÓGICO	36
5.1 TIPO DE ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN	36
5.1.1 Población	37
5.1.2 Muestra	37
5.1.2.1 Variables de la investigación operacionalizadas	38
5.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	38

5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	39
5.3.1 Fuentes primarias	39
5.3.2 Fuentes secundarias	39
5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	39
5.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	39
5.6 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	44
5.6.1 Tiene mascota que haga parte de su familia	45
5.6.2 Cuantas mascotas tiene en su hogar	45
5.6.3 En qué grupo se encuentra su mascota	46
5.6.4 Adquiere prendas y accesorios	47
5.6.5 Con que frecuencia adquiere prendas y accesorios para su mascota	47
5.6.6 En qué lugar los Adquiere	48
6. PLAN ESTRATÉGICO	
6.1 MISIÓN	55
6.2 VISIÓN	55
6.3 VALORES CORPORATIVOS	55
6.4 ANÁLISIS DEL SECTOR	55
6.5 SHOPPER DE ANIMALS BOOM	59
6.6 PERFIL DEL CONSUMIDOR FINAL	60
6.6.1 Logo	60
6.7 MATRIZ DOFA	61
6.8 ANÁLISIS DE MERCADO	62
6.9 COMPETENCIA	63
6.9.1 Competencia Directa	63
6.9.1.1 Super Mascotas	63
6.9.1.2 Maskotas	64
6.9.1.3 Mascotas Express	65
6.9.2 Competencia Indirecta	65
6.9.2.1 Dra Natalia Sánchez medicina y cirugía veterinario	65
6.9.2.2 Centro Veterinario Villas de Guadalupe	66
6.9.2.3 PET`S LIFE	66
6.10 ESTRATEGIAS DE MERCADO	67
6.10.1 El ciclo de vida del producto	67
6.10.2 Estrategia de producto/mercado	68
6.10.3 Estrategia de distribución	68
6.10.4 Estrategia de precio	69
6.10.5 Estrategia de promoción	69
6.10.6 Estrategia de comunicación	70
6.10.7 Estrategia de servicio.	71
6.10.7.1 Haz de los empleados una parte integral de la estrategia	71
6.10.7.2 Fomentar la Actitud proactiva	71
6.10.7.3 Resolver las quejas rápidamente	72
6.10.7.4 Busca la devolución del cliente	73
6.10.7.5 Mezcla de mercado	73

6.10.7.6	Producto	73
6.10.7.7	Líneas de producto	74
6.10.7.8	Precio	76
6.10.7.9	Plaza	77
6.10.7.10	Promoción	77
6.10.7.11	Publicidad	77
6.11	ESTRATEGIA DE APROVISIONAMIENTO	78
7.	ESTUDIO FINANCIERO	80
7.1	ESTADO DE RESULTADOS	80
7.2	BALANCE GENERAL	80
7.3	PROYECCIÓN DE VENTAS	82
7.3.1	Política de ventas	87
7.3.2	Justificación de proyección de ventas	87
7.3.3	Política de cartera	87
7.3.3.1	Solicitud de crédito o del servicio	87
7.3.3.2	Cobranzas	88
7.3.3.3	Actualización de información y condiciones comerciales	88
7.4	RAZONES FINANCIERAS	95
7.5	ANÁLISIS DE COSTOS	96
7.6	PUNTO DE EQUILIBRIO	96
8.	CONCLUSIONES	98
9.	RECOMENDACIONES	99
	BIBLIOGRAFÍA	100
	ANEXOS	104

INTRODUCCIÓN

La empresa **ANIMALS BOOM** es una empresa creada por dos estudiantes de administración de empresas con el ánimo de incrementar las ventas se llega a la idea de formar un plan estratégico que nos proporcione las herramientas necesarias para establecer sendas y fortalecer nuestra empresa.

En este trabajo se podrá encontrar la estructura del plan de negocios que tiene como fin medir el nivel de factibilidad de la empresa **ANIMALS BOOM**, esto se realizó por medio de encuestas a los clientes potenciales, y con los resultados y análisis se realizaron las diferentes estrategias comenzando por la segmentación de mercado creando el perfil del consumidor, la fijación de precios, promociones, publicidad, y las respectivas proyecciones de ventas a cinco años.

También se podrá observar la identificación del producto, sus características, los diferentes usos, además de la calidad de la materia prima usada en el proceso productivo, haciendo que el diseño de las prendas para mascotas marque la diferencia entre otros productos del sector **CANINO**.

Finalizando el trabajo se encontrarán todos los estados de cuenta del proyecto en los cuales se visualiza la capacidad económica del mismo, por ejemplo, se hallarán los siguientes presupuestos: de ingresos, de costos, de gastos, además de los estados de resultados y el respectivo análisis financiero del proyecto en los cuales se muestra que la empresa es realmente viable.



Nota

Este trabajo se encuentra disponible únicamente en **formato físico**, ya que no cuenta con versión digital. Por tal motivo, en este repositorio solo serán visibles las páginas preliminares con fines informativos. Para su consulta completa, el usuario deberá verificar la ubicación o sede donde se encuentra el ejemplar físico, o bien solicitar información adicional escribiendo al correo institucional:

repositoriofusm@sanmartin.edu.co