

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES- CUAUTITLAN



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

MERCADOTECNIA VETERINARIA.

"BASES MERCADOLÓGICAS PARA LA AMPLIACION
Y REESTRUCTURACION DE UNA CLINICA PARA
PEQUEÑAS ESPECIES EN CUAUTITLAN IZCALLI"

**TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA
P R E S E N T A
ABELARDO MACIN CABRERA**

ASESOR M. V. Z. SERGIO CORTES Y HUERTA

CUAUTITLAN IZCALLI, ESTADO DE MEXICO

1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES-CUAUTITLAN



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

DR. JAIME KELLER TORRES
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN
PRESENTE.

AT'N: ING. RAFAEL RODRIGUEZ CEDALLOS
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES-C.

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautilán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotecnia Veterinaria .

Bases Metodológicas para la ampliación y remodelación
 de una clínica para pequeñas especies en Cuautitlán
 Izcalli .

que presenta el pasante: Macín Cabrera Abelardo

con número de cuenta: 7522840-2 para obtener el Título de:

Médico Veterinario Zootecnista

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO.

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautilán Izcalli, Edo. de México, a 5 de mayo de 19 97

MODULO:

PROFESOR:

I

M. C. Antonio Ramón Herrera

FIRMA:

II

M. C. Luis Antonio Fernández Zorrilla

IV

M. V. Z. Carlos De las Casas Mariachi

DEP/VOBOSEM

DEDICATORIAS :

DEDICO ESTE TRABAJO A QUIENES REALMENTE
CORRESPONDE TENER LOS HONORES DEL TRIUNFO, PORQUE
SIN ELLOS YO NO HUBIERA PODIDO LOGRAR ESTE FIN
TANTO TIEMPO DESEADO

EN LA CIMA ESTAMOS... ¡GRACIAS!

A TI IRMA

POR QUERERME, ALENTARME Y AYUDARME EN TODOS LOS
ASPECTOS DE MI VIDA

A MIS PEQUEÑOS

MAYRA AMERICA,

CRISTOBAL ABELARDO

E IRMA GISHELA,

POR SU CARÍÑO Y COMPRENSIÓN DE TODA LA VIDA.

AGRADECIMIENTOS :

DOY LAS GRACIAS A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE COLABORARON EN LA REALIZACIÓN DE ESTE TRABAJO, Y MUY EN ESPECIAL ...

A MIS PADRES Y HERMANAS

POR SU APOYO Y ALIENTO A CONTINUAR HASTA EL FINAL... POR SU ESPERA Y PACIENCIA.

A MI HERMANO JORGE

QUE EN VIDA SE OCUPO DE MOTIVARME SIEMPRE. +

A MI PRIMO CRISTOBAL

POR SER QUIEN ES, UN M.V.Z. EN MI CAMINO, UNA MANO SIEMPRE ABIERTA

A TODOS LOS PROFESORES

QUE INTERVINIERON EN MI FORMACION PROFESIONAL, Y EN PARTICULAR, A LOS QUE PARTICIPARON EN EL SEMINARIO DE TITULACION, POR SU TIEMPO, DEDICACIÓN Y EMPEÑO EN QUE TERMINEMOS NUESTRO OBJETIVO.

INDICE

	pag.
INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO	
1. Misión del Negocio.....	4
2. Organigrama.....	5
3. Funciones.....	6
3.1. Médico Veterinario. Director.....	6
3.2. Médico Veterinario. Ayudante.....	6
3.3. Asistente.....	7
4. Información Básica. Interna y Externa.....	8
5. Hipótesis.....	12
6. Análisis del Entorno.....	13
7. Análisis de la Empresa.....	15

FES- CUAUTILÁN
SEMINARIO DE MERCADOTECNIA VETERINARIA

U.N.A.M.
INDICE

8.	Objetivos.....	17
8.1.	Objetivo Uno.....	17
8.2.	Objetivo Dos.....	19
8.3.	Objetivo Tres.....	19
8.4.	Objetivo Cuatro.....	20
9.	Presupuestos.....	21
9.1.	De Inversiones.....	21
9.2.	De Gastos de Administración.....	23
9.3.	De Servicios Médicos.....	24
9.3.1.	Por Ventas por Unidad.....	24
9.3.2.	Por Ventas Valores.....	25
9.3.3.	Por costos.....	26
9.4.	De Accesorios para Mascotas.....	27
9.4.1.	Por Ventas por Unidad.....	27
9.4.2.	Por Ventas Valores.....	28
9.4.3.	Por Costos.....	29
9.5.	De Artículos para Acuario.....	30
9.5.1.	Por Ventas por Unidad.....	30
9.5.2.	Por Ventas Valores.....	31
9.5.3.	Por costos.....	32
9.6.	Estado de Resultados proyectado.....	33
9.7.	Flujo de Efectivo.....	34
10.	Proyectos a Mediano Plazo.....	35

CONCLUSIONES	36
ANEXOS	38
Anexo 1. Mapa del Estado de México. División municipal.....	39
Anexo 2. Coordenadas Geográficas y Altitud de las cabeceras municipales.....	40
Anexo 3. Croquis del municipio.....	41
Anexo 4. Localización del Mercado del Carmen y Plaza Sol.....	42
BIBLIOGRAFIA	43

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo muestra un proyecto de investigación mercadológica mediante el cual, se pretende ampliar el consultorio veterinario ubicado en la calle Centro Urbano Poniente, número 18, local 198 del mercadó del Carmen, en Infonavit Norte, Cuautitlán Izcalli, Estado de México.

Actualmente el consultorio cuenta con una superficie de 15 m² y los servicios que se brindan son: vacunación, desparasitación, cirugía, consultas, pensión, acuario, venta de mascotas y accesorios.

Este servicio se inició en noviembre de 1991 y en ese entonces podía satisfacer las necesidades de la comunidad, sin embargo éstas se han incrementado paralelamente con el aumento de mascotas y de población en general en la zona. Es debido a esto, que se hace necesario el crecimiento de los servicios y del espacio en que éstos se brindan.

Mediante una encuesta se ha pedido la opinión a los clientes acerca de un cambio del local donde se ubica el consultorio, a uno de mayores dimensiones, con el fin de poder ofrecerles un mejor servicio y un

aumento de comodidades y, en su mayoría, han respondido que sí les gustaría un cambio.

En lo que respecta al futuro del consultorio a corto plazo, se ha tomado como base a la clientela actual, ya que ésta no se va a perder dado que el cambio del consultorio será a solo 30m. de su actual ubicación. Y, aunado a esto, se puede ganar mas clientela debido a las condiciones del servicio que se va a brindar.

Se ha calculado que las utilidades en los primeros meses van a decrecer, debido al aumento en la renta o en el crédito hipotecario.

A mediano plazo, si el negocio reditúa como se ha planeado, va a ser necesario implementar los servicios especializados como son: radiología, ortopedia y laboratorio clínico, por lo que se deberá capacitar al personal o contratar nuevo personal especializado.

Los beneficios que se brindan a la sociedad son varios, como son:

- Asesoría hacia los clientes sobre alimentación, manejo y salud de sus mascotas.

- Asesoría para la instalación y mantenimiento de sus acuarios.
- Prevención y atención de enfermedades, haciendo hincapié en las zoonóticas, que se reflejan en el mejoramiento de la salud pública, aumentando y fortaleciendo la seguridad, tranquilidad y confianza de los clientes.

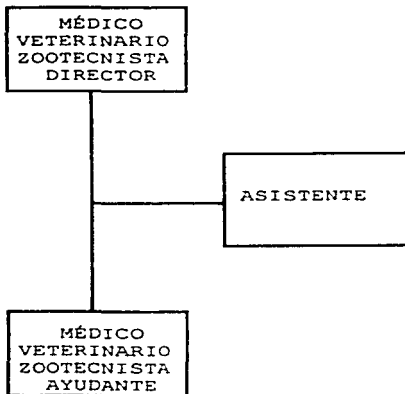
Con este crecimiento del consultorio y, por consecuencia, de los servicios que se brindan actualmente, es factible que estos últimos influyan y coadyuven aún más a beneficiar a la comunidad de la zona de influencia, así como de las zonas aledañas.

1. MISIÓN DEL NEGOCIO

Mediante los servicios médico-veterinarios, brindar asesoría, tranquilidad y seguridad a las familias de nuestros clientes y amigos, capacitándolos a su vez sobre alimentación y manejo para mantener fuertes y saludables a sus mascotas.

2. ORGANIGRAMA

ACUARIO Y VETERINARIA MAYAM CRISAB



FECHA DE ELABORACIÓN: FEBRERO DE 1997
AUTORIZÓ:

3. FUNCIONES

3.1. MEDICO VETERINARIO. DIRECTOR

- Dirigir las relaciones públicas del consultorio, ya sea con gobierno, proveedores y clientes.
- Proveer al negocio de los recursos materiales y técnicos que se requieran.
- Coordinar y controlar las finanzas del negocio y el flujo de efectivo.
- Autorizar la nómina para el pago del personal.
- Autorizar los pagos de honorarios, así como todos los gastos.
- Coordinar las cirugías y consultas.
- Realizar la contabilidad del negocio.
- Atender a la clientela en el área de acuario.

3.2. MEDICO VETERINARIO. AYUDANTE

- Proporcionar consulta a los clientes.
- Realizar un seguimiento de las enfermedades de los pacientes.
- Efectuar los registros correspondientes.
- Elaborar el carnet de vacunas correspondiente.

- Realizar las consultas a domicilio, cuando así se requieran.
- Efectuar las estéticas que se requieran.
- Atender al cliente en lo que se refiere al acuario.
- Despachar los peces y accesorios que se soliciten.
- Registrar las ventas del día.
- Elaborar un control de entradas y salidas de peces, accesorios y medicamentos, mensualmente.

3.3. ASISTENTE

- Recibir a los clientes y encauzarlos para su atención.
- Llevar el control de las consultas.
- Realizar la nómina.
- Actualizar los registros de los clientes.
- Realizar el aseo del consultorio y peceras.

4. INFORMACIÓN BÁSICA INTERNA Y EXTERNA

Cuautitlán Izcalli es un municipio de reciente creación en el Estado de México, ocupa el lugar número 121 y cuenta con una extensión territorial de 109.92 Km. Su localización en coordenadas geográficas es la siguiente:

- latitud norte 19° 39'
- latitud oeste 99° 13'
- altitud 2280 msnm.

y otros datos que le caracterizan:

- precipitación anual 600 a 800 mm.
- temperatura 12 a 16° C.

Cuenta con una población de 512,020 habitantes¹ que ocupan una cantidad de 68,019 viviendas², de las cuales Infonavit Norte -distrito habitacional número

¹Municipio de Cuautitlán Izcalli, PLAN DEL CENTRO DE POBLACIÓN ESTRATÉGICO DE CUAUTITLÁN IZCALLI, p. 2

²INEGI, ANUARIO ESTADISTICO DEL ESTADO DE MÉXICO, p. 33

7- tiene 19,546 viviendas y una densidad de población de 232.13 habitantes por hectárea³.

En esta zona del municipio se localiza el consultorio, en el local 198 del mercado Del Carmen, siendo este último el principal centro de abasto de la comunidad.

El mercado Del Carmen es de grandes dimensiones, y en conjunto con la Plaza Sol, cuenta con 426 locales comerciales, entre los que se encuentran negocios tales como: Elektra, panificadora, farmacia, consultorios médicos, videocentros, Bancomer y otros mas.

Frente a la Plaza Sol se encuentra un mercado de estructura rudimentaria con puestos semifijos, y atrás de éste, una explanada en la cual se instala un enorme tianguis los sábados y los domingos, probablemente el mas grande del municipio. Esto acarrea mas afluencia de gente a la zona los fines de semana.

Los habitantes de las unidades habitacionales de Infonavit Norte, Infonavit C.T.M. y Bosques de la Hacienda son de clase media baja, un 80 por ciento de esta población percibe de uno a dos salarios

³INEGI, ATLAS, p. 46

mínimos⁴. Se calcula que la población canina es de un perro por cada 10 habitantes.

Aledaño al mercado se encuentran dos escuelas primarias y un jardín de niños. En la zona hay dos consultorios veterinarios y dos acuarios.

El consultorio San Antonio se encuentra en el mercado del mismo nombre, a unos 800 m. de distancia del local, y el consultorio Las Puertas, frente a la iglesia de la comunidad, a 500 m. de distancia del local.

La zona tiene un tránsito vehicular elevado, ya que por ella circulan dos líneas de autobuses, y tres líneas de transporte colectivo de microbuses.

A unos 300 m. se encuentra el campo de entrenamiento del equipo de fútbol Necaxa, esta infraestructura atrae gente de otras colonias del municipio y sobre todo, de un nivel económico mas elevado.

En este municipio, como en otros mas, ha ganado por primera vez las elecciones a la presidencia municipal el Partido Acción Nacional, esto bien podria significar un aumento en el nivel de vida de los

⁴ Encuesta realizada personalmente

habitantes, ya que estos gobernantes tendrán que demostrar su eficiencia administrativa.

Dicho aumento se debe de reflejar en el poder adquisitivo de la población en general, favoreciendo así al éxito del proyecto planteado.

5. HIPÓTESIS

- A). Con el gobierno Panista en Cuautitlán Izcalli, los trámites burocráticos deberán de ser más rápidos.
- B). El Partido Acción Nacional ganará las elecciones en el Distrito Federal, basándose en el comportamiento electoral de diversos municipios y entidades adyacentes a éste.
- C). Si el dólar aumenta a \$ 9.00 en promedio este año, los costos aumentarán considerablemente al adquirir accesorios e instrumental importado.
- D). El Producto Interno Bruto en el año pasado fue de 5.1%, este año se espera en un 4.5%, pero se estima que aumentará el poder adquisitivo de la población, y con ello, las ventas.
- E). Si se reestructuran y amplían los servicios en un local de mayores dimensiones, es muy posible que las ventas y la clientela aumenten.
- F). Con el programa de capacitación permanente se podrá cumplir con el requisito de normatividad para las actividades del Médico Veterinario Zootecnista.

6. ANÁLISIS DEL ENTORNO

AREA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
Gobierno		Trámites complicados en varias dependencias. Incremento en el número de campañas de vacunación al año. Proliferación de vacunadores ambulantes sin control del gobierno.
Sociedad	Aumenta la venta de mascotas de compañía, de preferencia razas pequeñas, por lo tanto, aumenta la venta de accesorios y servicios médicos.	No existe una adecuada educación para el cuidado de mascotas. Mucha gente no vacuna si no pasan las campañas gratuitas.
Tecnológica	Fácil adquisición de mobiliario y equipo usado, pero en buen estado, tanto para la veterinaria como para el acuario.	El costo del material especializado es muy caro. El costo del equipo para estética, como la máquina de rasurar y las navajas, o del acuario, como un sistema de filtración también es muy caro.

AREA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
<p>Mercado/ Producto</p>	<p>Se encuentra localizado en un sitio estratégico, por lo que sólo resta mejorar la calidad y diversificar el servicio.</p>	
<p>Abastecimiento</p>	<p>A través de proveedores que ofrecen crédito y descuentos.</p> <p>Compras de mayoreo a fin de reducir costos.</p> <p>Buscar la representación y distribución de productos de acuariofilia.</p>	<p>El sitio de abastecimiento para productos de acuariofilia se encuentra muy retirado y los proveedores que llevan el producto al consultorio lo ofrecen muy caro (intermediarismo).</p>
<p>Competencia</p>	<p>No existe una competencia con calidad e imagen en el entorno inmediato.</p> <p>Carecen en su mayoría, de tecnología avanzada.</p>	<p>Tienen mas antigüedad en la zona.</p> <p>En el centro del municipio si existen consultorios con larga trayectoria de prestigio.</p>

7. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

AREA	FUERZA	DEBILIDAD
Local	<p>Local propio, con buena ubicación y cinco años de funcionamiento.</p> <p>Se cuenta con la colaboración de un médico veterinario como ayudante.</p>	<p>El local que se pretende comprar es muy caro y se tiene que planear una buena promoción y publicidad.</p> <p>Predomina en la zona clase media baja.</p>
Gastos	<p>Mentalidad de ahorro.</p> <p>Comprar un teléfono celular.</p>	<p>El contrato de línea telefónica comercial es caro, al igual que la energía eléctrica.</p>
Costos	<p>Compra de mayoreo para obtener mejor precio y ofrecerlo, a su vez, a la clientela.</p>	<p>En algunos accesorios para mascota no hay descuentos y aumentan constantemente los precios.</p>
Activo Corriente		<p>Con distribuidores (de 15 a 30 días).</p>
Activos Fijos	<p>Se cuenta con anaquelles, vitrinas, instrumental quirúrgico general, material para estética, vehículo, librero, estantería para accesorios y</p>	

AREA	FUERZA	DEBILIDAD
Activo fijo (continúa)	acuuario. En almacén hay mesas de cirugía y de peluquería, tina de baño, secadora de pelo y muebles para acuuario.	
Organización		Mala organización.
Planes y Objetivos	Planes de crecimiento y diversificación: Rayos X, laboratorio clínico, ortopedia y estética.	Falta capacitación en radiología, laboratorio clínico de diagnóstico y ortopedia en pequeñas especies.

8. OBJETIVOS

8.1. OBJETIVO UNO

Adquirir y acondicionar un local de 64 m², para mayo de 1997.

ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA
8.1.1. Flujo de efectivo.	8.1.1.1. Aumentar el 30% de las ventas(\$7000.00).	A.M.C. G.T.R.	Marzo 1997.
	8.1.1.2. Ofertar acuarios y accesorios en un 10%.	A.M.C. G.T.R.	Marzo 1997.
	8.1.1.3. Programa de vacunacion permanente con descuento.	A.M.C. G.T.R.	Marzo 1997.
8.1.2. Negociar condiciones del local.	8.1.2.1. Evaluar compra.	A.M.C.	Abril 1997.
	8.1.2.2. Evaluar renta con opción a compra.	A.M.C.	Abril 1997.
	8.1.2.3. Negociar contratación.	A.M.C.	Mayo 1997.
8.1.3. Acondicionamiento del local.	8.1.3.1. Evaluar la funcionalidad del tapanco, su costo y colocación.	A.M.C.	Mayo 1997.

ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA
<p>8.1.4. Adquisición de equipo para cirugía.</p> <p>8.1.5. Evaluación de proveedores.</p>	<p>8.1.3.2. Evaluar la división del local en cubículos con triplay ó tablarroca.</p>	<p>A.M.C.</p>	<p>Mayo 1997.</p>
	<p>8.1.3.3. Realizar la colocación.</p>	<p>A.M.C. G.T.R.</p>	<p>Mayo 1997.</p>
	<p>8.1.4.1. Evaluar costos de el equipo.</p>	<p>A.M.C.</p>	<p>Julio 1997.</p>
	<p>8.1.4.2. Comprar el equipo.</p>	<p>A.M.C.</p>	<p>Julio 1997.</p>
	<p>8.1.4.3. Instalación del mismo.</p>	<p>A.M.C.</p>	<p>Julio 1997.</p>
	<p>8.1.5.1. Identificar nuevos proveedores.</p>	<p>A.M.C.</p>	<p>Julio 1997.</p>
	<p>8.1.5.2. Evaluar costo-beneficio.</p>	<p>A.M.C.</p>	<p>Julio 1997.</p>
	<p>8.1.5.3. Renegociar con proveedores.</p>	<p>A.M.C.</p>	<p>Julio 1997.</p>

8.2. OBJETIVO DOS

Programar un servicio de estética integral para aumentar un 30 % la clientela actual a diciembre de 1997

ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA
8.2.1. Acondicionar parte del local para la estética	8.2.1.1. Instalación de la mesa de peluquería	A.M.C. G.T.R.	Julio 1997
	8.2.1.2. Instalación del drenaje de la tina	A.M.C. G.T.R.	Julio 1997
	8.2.1.3. Instalación de la tina de baño	A.M.C. G.T.R.	Julio 1997

8.3. OBJETIVO TRES

Actualización continua en el aspecto técnico, tomando dos cursos de capacitación en el año de 1997

ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA
8.3.1. Capacitación continua	8.3.1.1. Capacitación en ortopedia.	A.M.C. G.T.R.	Agosto 1997.
	8.3.1.2. Capacitación en radiología.	A.M.C. G.T.R.	Agosto 1997.

8.4. OBJETIVO CUATRO

Establecer un sistema computarizado apropiado de administración, mes por mes, en el año de 1997

ESTRATEGIA	PLAN DE ACCIÓN	RESPONSABLE	FECHA
8.4.1. Obtener un Hardware y software adecuado para establecer los registros en el consultorio.	8.4.1.1. Adquirir la computadora.	A.M.C. R.D.E.	Sept. 1997.
	8.4.1.2. Elegir el software adecuado.	A.M.C. R.D.E.	Sept. 1997.
	8.4.1.3. Capacitación en su uso.	A.M.C.	Sept. 1997.
8.4.2. Estructurar sistemas de administración.	8.4.2.1. Establecer un sistema de registros.	R.D.E.	Sept. 1997.
	8.4.2.2. Establecer sistema de inventarios.	R.D.E.	Sept. 1997.
	8.4.2.3. Fijar sistemas contables	A.M.C.	Sept. 1997

9. PRESUPUESTOS

9.1. PRESUPUESTO DE INVERSIONES

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
													\$
TELEFONO					3800								3800
MAQUINA OSTER	900												900
TINA DE BANO	1500												1500
MESA PARA ESTETICA	1500												1500
SECADORA DE PELO	1200												1200
VITRINA PARA INSTRUM	300												300
VITRINA EXHIBIDOR	300												300
MESA EXPLORACION	500												500
ANAQUELES	300												300
TABLARROCA					2000								2000
MUEBLES Y ACUARIOS	2000												2000
ESTERILIZADOR				2000									2000
MESA DE CIRUGIA							2500						2500
MESA DE RINON							400						400
MESA DE MAYO							350						350
LAMPARA DE PIE							315						315
PORTA SUEROS							230						230
MESA PASTEUR							450						450
EQUIPO DE CIRUGIA									1085				1085
MEGATOSCOPIO							350						350
TOTAL	\$ 8500			2000	5800		4595	1085					21980

NOTAS A LA GRÁFICA ANTERIOR

Las inversiones del mes de enero consistentes en la compra del material y equipo, se consideran capital inicial aportado por el inversionista.

La depreciación no se calcula en este ejercicio (1997), se calculará al siguiente ejercicio y se mostrará en el Estado de Resultados y Flujo de Efectivo de 1998.

9.2 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

(PESOS)

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SUELDO *	1500	1500	1500	1500	1500	1500	2475	2475	2475	2475	2475	2475	23850
PRESTACIONES 15 %	225	225	225	225	225		370	370	370	370	370	370	3570
RENTA						3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	2100
TELÉFONO						250	250	250	300	300	300	300	1950
LUZ	350	350	350	350	350	450	450	450	450	450	450	450	4900
GASOLINA	500	500	500	550	550	550	580	580	580	600	600	600	6690
CONTADOR	100	100	100	100	100	100	120	120	120	120	120	120	1320
CAPACITACIÓN PERM **						1000						1200	2200
COMIDAS	300	300	300	300	300	300	330	330	330	330	330	330	3780
LICENCIAS	500												500
VIGILANCIA Y SERV.	90	150	90	90	90	90	90	150	100	100	100	100	1240
LIMPIEZA	30	30	30	50	35	35	35	35	50	35	35	35	435
PAPELERÍA	920												920
REPARACIONES	300						300						600
PREDIO	400												400
TOTAL	5215	3155	3095	3165	3150	7500	8000	7760	7775	7780	8980	7780	73355

*Sueldo del ayudante M.V.Z. \$ 1650.00, más el del asistente \$ 825.00 es igual a \$ 2475.00 a partir de julio de 1997.

**Capacitación Permanente: \$ 1000.00 curso de Actualización en Ortopedia en Pequeñas Especies y \$ 1200.00 curso de Capacitación en Radiología en Pequeñas Especies.

Aumento del 10% por factor inflacionario a partir del mes de julio.

9.3. PRESUPUESTO DE SERVICIOS MÉDICOS

9.3.1. POR VENTAS POR UNIDAD

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VACUNAS RABIA	20	18	15	25	30	32	25	18	18	20	25	30	276
VAC PARVOVIRUS	30	32	35	35	38	36	35	30	30	32	32	36	401
VACUNAS TRIPLE	25	25	28	20	25	26	24	23	20	20	25	28	289
CONSULTAS	70	75	78	72	70	72	75	70	68	65	67	70	852
DESPARASITACIÓN	45	48	50	48	47	45	48	40	50	55	55	60	600
CORTE DE OREJAS	1	2	2	3	1	2	1	2	3	3	1	1	22
CORTE DE COLA	10	5	3	2	8	7	5	2	5	7	8	9	71
OVARIOHISTERECT	1	1	2		1	2		1	2	1	1	2	14
TOTAL	202	206	213	205	220	222	213	195	196	203	214	236	2525

9.3.2. PRESUPUESTO DE SERVICIOS MÉDICOS POR VENTAS VALORES

CON- CEPTO	VTA. SERV	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
														\$
VACUNAS RABIA	\$ 40 00	800	720	600	1000	1200	1280	1225	810	810	900	1225	1350	11920
VAC. PAR- VOVIRUS	\$ 40 00	1200	1280	1400	1470	1520	1440	1575	1350	1350	1440	1440	1620	17015
VACUNAS TRIPLE	\$ 50 00	1250	1250	1400	1000	1250	1300	1320	1265	1100	1100	1375	1540	15150
CONSUL- TAS	\$ 50 00	3500	3750	3900	3600	3500	3600	4125	3850	3740	3575	3685	3850	26425
DES PARA- SITACIÓN	\$ 35 00	1575	1620	1750	1680	1645	1575	1920	1960	2000	2200	2200	2400	22585
CORTE OREJAS	\$ 180 00	180	360	360	540	180	360	200	400	600	600	200	200	4180
CORTE DE COLA	\$ 30 00	300	150	90	60	240	210	175	70	175	245	280	315	2310
OVARIO- HISEREC	\$ 180 00	180	180	360		180	360		200	400	200	200	400	2660
TOTAL	\$ 8985	9370	9860	9280	9715	10125	10540	9905	10175	10260	10605	11675	120495	

Nota: A partir del 1 de julio se considera un aumento del 10% por concepto de inflación.

9.3.3. PRESUPUESTO DE SERVICIOS MÉDICOS POR COSTOS

CONCEPTO	COSTO UNI.	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
														\$
VACUNAS RABIA	\$ 10 00	200	180	150	250	300	320	198	198	198	220	275	330	2819
VAC PARVOVIRUS	\$ 16 00	490	512	560	560	608	576	612	525	525	560	560	630	6708
VACUNAS TRIPLE	\$ 18 00	450	450	504	350	450	458	480	460	400	430	500	560	5482
CONSULTAS	\$ 15 00	1050	1125	1170	1080	1050	1080	1275	1150	1156	1165	1139	1190	13610
DESPARASI- TACION	\$ 5 00	225	240	250	240	235	225	264	270	275	302	302	330	3158
CORTE DE OREJAS	\$ 40 00	40	80	80	120	40	80	45	90	135	135	45	45	935
CORTE DE COLA	\$ 10 00	100	50	30	20	80	70	55	22	55	77	88	99	746
OVARIOS- TERECT	\$ 60 00	60	60	120		60	120		65	130	65	65	130	875
TOTAL		\$ 2605	2697	2864	2630	2823	2939	2929	2820	2874	2864	2974	3314	34333

NOTA: A partir del 1 de julio se considera un aumento del 10% por concepto de inflación

9.4. PRESUPUESTO DE ACCESORIOS PARA MASCOTAS

9.4.1. POR VENTAS POR UNIDAD

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
PECHERAS FIJAS	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	6	52
PECH AJUSTABLES	5	3	2	4	3	4	3	2	1	2	3	5	37
SHAMPOOS	12	10	11	11	10	12	11	10	9	13	14	15	138
TALCO ANTIPULGAS	5	4	5	4	6	7	6	5	4	5	5	6	62
TAZONES	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	3	4	38
VITAMINAS	5	4	3	2	2	3	4	5	3	3	4	5	43
COLLAR ANTIPULGAS	3	3	2	2	3	4	3	4	2	3	2	3	34
BAMITOL	4	5	6	5	4	5	6	4	4	5	5	6	59
UNGUENTO TIA CHI	6	6	7	7	6	7	8	6	6	4	6	8	81
UNGUENTO TIA MO	4	5	4	3	4	5	3	4	3	4	3	5	47
UNGUENTO TIA GDE	2	1	3	2	2	3	4	3	2	2	2	3	29
ALIMENTO	25	28	30	36	32	35	35	37	38	38	40	40	408
COLLARES	20	20	22	22	23	25	25	25	24	24	25	28	284
CADENAS	15	17	15	16	18	17	15	16	15	18	17	20	199
TOTAL	114	112	118	117	120	133	131	131	119	128	134	154	1511

9.4.2. PRESUPUESTO DE ACCESORIOS PARA MASCOTAS POR VENTAS VALORES

CONCEPTO	V. UNIT	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
														\$
PECHERAS FIJAS	\$ 30 00	90	90	120	150	120	120	165	132	165	165	132	198	1647
PECH AJUSTABLES	\$ 45 00	225	135	90	180	135	180	150	100	50	100	150	250	1745
SHAMPOOS	\$ 25 00	300	250	275	275	250	300	308	265	252	364	392	420	3666
TALCO	\$ 18 00	90	72	90	72	108	126	120	100	80	100	100	120	1178
ANTIPULGAS														
TAZONES	\$ 19 00	57	57	76	76	57	38	63	84	63	42	63	84	760
VITAMINAS	\$ 28 00	140	112	84	56	56	84	124	155	93	93	124	155	1276
COLLAR	\$ 20 00	60	60	40	40	60	80	66	88	44	66	44	66	714
ANTIPULGAS														
BAMITOL	\$ 33 00	132	165	198	165	132	165	216	144	144	160	180	216	2037
UNGUENTO TIA CHI	\$ 8 50	68	42	60	60	51	60	76	76	57	39	57	76	721
UNGUENTO TIA MD	\$ 15 00	60	75	60	45	75	50	66	66	50	66	42	60	731
UNGUENTO TIA GDE	\$ 25 00	50	25	75	50	50	75	110	82	55	55	55	82	764
ALIMENTO	\$ 10 00	250	280	300	300	320	350	385	407	418	418	440	440	4308
COLLARES	\$ 25 00	500	500	550	550	575	625	700	700	672	672	728	784	7556
CADENAS	\$ 32 00	480	544	480	512	576	544	528	560	528	630	598	700	6671
TOTAL		\$ 2502	2407	2498	2531	2550	2822	3058	2974	2668	2989	3102	3673	33774

NOTA: A partir del 1 de julio se considera un aumento del 10% por concepto de inflación

9.4.3. PRESUPUESTO DE ACCESORIOS PARA MASCOTAS POR COSTOS

CONCEPTO	COSTO UNIT.	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
														\$
PECHERAS FIJAS	\$21 00	63	63	84	105	84	84	115	97	115	115	92	138	1150
PECH AJUSTABLES	\$ 31 00	155	93	62	124	93	124	102	68	34	68	102	170	1195
SHAMPOOS	\$ 15 00	180	150	165	155	150	180	181	165	148	214	231	248	2177
TALCO ANTIPULGAS	\$ 14 00	70	56	70	56	84	58	93	77	62	77	77	93	913
TAZONES	\$ 15 00	45	45	60	60	45	30	50	62	50	31	50	62	590
VITAMINAS	\$ 21 00	105	84	63	42	42	63	92	115	69	69	92	115	951
COLLAR ANTIPULGAS	\$ 15 00	45	45	30	30	45	60	50	66	33	50	33	50	537
DAMITOL	\$ 26 50	106	132	159	132	106	132	174	115	116	145	145	174	1637
UNGUENTO TIA CHI	\$ 6 50	52	35	46	46	35	46	56	56	42	28	42	56	548
UNGUENTO TIA MD	\$ 11 00	44	55	44	33	44	55	36	48	36	48	36	60	539
UNGUENTO TIA GDE	\$ 19 00	38	19	57	38	38	57	84	63	42	42	42	63	583
ALIMENTO	\$ 9 00	225	252	270	270	286	315	350	370	380	380	400	400	3900
COLLARES	\$ 18 00	360	360	396	396	414	450	500	500	480	480	520	560	5416
CADENAS	\$ 25 00	375	425	375	400	450	425	420	440	420	504	476	560	5270
TOTAL		\$ 1863	1818	1881	1897	1922	2119	2303	2238	2027	2251	2338	2749	25406

NOTA: A partir del 1 de julio se considera un aumento del 10% por concepto de inflación

9.5. PRESUPUESTO DE ARTÍCULOS PARA ACUARIO

9.5.1. POR VENTAS POR UNIDAD

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
PECERAS	12	10	12	14	13	12	12	13	13	12	13	15	151
BOMBAS	8	7	6	7	8	6	7	8	5	6	7	8	83
FILTROS	8	5	6	6	7	6	6	5	5	7	7	8	76
CALENTADOR	16	15	14	15	16	15	16	13	12	13	14	15	174
TERMÓMETRO	12	10	10	11	11	10	12	9	8	9	10	12	124
GRAVA	60	65	65	62	60	62	65	60	55	58	60	65	737
ANTICLORO	40	42	42	44	40	42	44	40	38	38	40	42	492
AZUL DE METILENO	30	32	32	34	30	32	34	30	25	28	30	32	369
RED	16	18	16	15	18	17	20	20	16	16	17	20	209
ALIMENTO	160	155	158	160	155	160	162	165	140	145	152	160	1872
PECES CHI	260	248	245	250	255	260	270	260	220	230	240	260	2998
PECES MD	120	115	118	120	125	130	130	135	120	125	130	135	1503
TOTAL	742	722	724	738	738	752	778	758	657	687	720	772	8788

9.5.2. PRESUPUESTO DE ARTÍCULOS PARA ACUARIO POR VENTAS VALORES

CONCEPTO	C.UNIT.	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
														\$
PECERAS	\$ 55 00	660	550	660	770	715	660	720	780	760	720	780	900	8695
BOMBAS	\$ 50 00	400	350	300	350	400	300	385	440	275	330	385	440	4355
FILTROS	\$ 30 00	240	150	180	180	210	160	198	165	165	231	231	264	2394
CALENTADOR	\$ 15 00	240	225	210	225	240	225	254	215	199	215	231	247	2735
TERMÓMETRO	\$ 16 00	192	160	150	176	176	150	210	158	140	158	175	210	2075
GRAVA	\$ 2 00	120	130	130	124	120	124	152	150	138	145	150	162	1655
ANTICLORO	\$ 4 00	160	168	168	176	160	168	198	180	171	171	180	183	2089
AZUL DE METILENO	\$ 4 00	120	128	128	136	120	128	153	135	112	126	135	144	1565
RED	\$ 3 50	56	63	56	52	63	60	60	80	64	64	68	80	786
ALIMENTO	\$ 3 00	480	465	474	480	480	480	567	578	450	507	532	560	6078
PECES CHI	\$ 2 50	650	620	612	625	638	650	810	780	660	690	720	780	8235
PECES MD	\$ 5 00	600	575	540	600	625	650	715	742	660	688	715	742	7902
TOTAL		\$ 3918	3584	3668	3894	3932	3785	4462	4403	3853	4045	4302	4718	48564

NOTA: A partir del 1 de julio se considera un aumento del 10% por concepto de inflación

9.5.3. PRESUPUESTO DE ARTÍCULOS PARA ACUARIO POR COSTOS

CONCEPTO	C.UNIT.	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
														\$
PECERA	\$ 30 00	360	300	360	420	390	360	395	425	425	395	425	495	4764
BOMBA	\$ 30 00	240	210	180	210	240	180	231	254	165	192	231	254	2613
FILTRO	\$ 20 00	150	100	120	120	140	120	142	110	110	154	154	176	1606
CALENTADOR	\$ 8 00	128	120	112	120	128	120	144	117	108	117	126	135	1475
TERMÓMETRO	\$ 8 00	96	80	80	89	88	80	108	81	72	81	90	108	1052
GRAVA	\$ 1 50	90	97	98	93	90	93	130	120	110	116	120	130	1287
ANTICLORO	\$ 2 00	80	84	84	88	80	84	110	100	95	95	100	105	1105
AZUL DE METILENO	\$ 2 00	60	64	64	68	60	64	85	75	63	70	75	80	828
RED	\$ 2 00	32	36	32	33	36	34	50	50	43	40	42	50	472
ALIMENTO	\$ 2 50	400	383	395	400	400	400	485	495	420	435	456	480	5142
PECES (CH)	\$ 1 50	330	372	367	375	383	390	540	520	443	490	490	520	5237
PECES (MD)	\$ 5 00	600	575	590	600	625	650	715	742	660	688	715	742	7902
TOTAL		\$ 2636	2426	2482	2612	2647	2575	3137	3103	2712	2850	3018	3285	33483

NOTA: A partir del 1 de julio se considera un aumento del 10% por concepto de inflación

9.6. PRESUPUESTO ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
													\$
VENTAS	6420	5991	6166	6425	6482	6607	7520	7377	6521	7034	7404	8391	82338
SERVICIO	8985	9370	9560	9280	9715	10125	10540	9905	10175	10260	10605	11675	120491
SUMA	15405	15361	16026	15705	16197	16732	18060	17282	16696	17294	18009	20066	202829
MENOS													
COSTO DE VENTAS	4459	4244	4363	4509	4569	4594	5440	5341	4739	5101	5356	6034	58889
COSTO DE SERVICIOS	2605	2697	2854	2630	2823	2939	2929	2820	2874	2864	2974	3314	34333
SUMA	7164	6941	7227	7139	7392	7633	8369	8161	7613	7965	8330	9348	93222
IGUAL													
UTILIDAD BRUTA	8301	8420	8799	8566	8805	9099	9691	9121	9083	9329	9679	10716	109607
MENOS													
COSTOS DE ADMÓN	5215	3155	3095	3165	3150	7500	6000	7760	7775	7780	8980	7780	73355
IGUAL													
RESULTADO DE OPERACIÓN	\$ 3086	5265	5704	5401	5655	1599	1691	1361	1308	1549	699	2938	36253
PORCENTAJE S/ VENTA	20.03	34.27	35.59	34.39	34.91	9.55	9.36	7.87	7.83	8.95	3.88	14.64	17.87

9.7. PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
INGRESOS												
SALDO INICIAL	30000	24586	29851	35555	38956	38811	40410	37506	37782	39090	40639	41338
INGRESO SERVICIOS	8985	9370	9960	9280	9715	10125	10540	9905	10175	10250	10605	11675
INGRESO VENTAS	6420	5991	6166	6425	6482	6607	7520	7377	6521	7034	7404	8391
SUMA INGRESOS	45405	39947	45877	51260	55153	55543	58470	54788	54470	56384	58648	61404
EGRESOS												
COSTOS SERVICIO	2605	2697	2864	2630	2923	2939	2929	2820	2874	2864	2974	3314
COSTOS VENTAS	4459	4244	4363	4509	4569	4654	5440	5341	4739	5101	5356	6034
GASTOS DE ADMÓN	5215	3155	3095	3165	3150	7500	5000	7760	7775	7780	8980	7780
INVERSIÓN	8500			2000	5800		4595	1085				
SUMA EGRESOS	20819	10096	10322	12304	16342	15133	20964	17006	15388	15745	17310	17128
SALDO	\$ 24586	29851	35555	38956	38811	40410	37506	37782	39090	40639	41338	44276

10. PROYECTOS A MEDIANO PLAZO

Son varios los proyectos previstos a mediano plazo, como a continuación se enumeran:

- Compra de equipo de rayos X para 1998
- Inscripción a asociaciones y colegios de Médicos Veterinarios para 1998
- Continuar con las capacitaciones iniciadas en el presente año
- Corregir y mejorar el sistema administrativo y el de registros

CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que se ha llegado con esta investigación mercadológica se centran básicamente en las siguientes consideraciones

A) El impacto de los gastos de inversión y costos no se refleja en las ventas de los seis primeros meses.

B) Los gastos se incrementan en el segundo semestre del año, sin embargo, las ventas no se incrementan en la misma proporción.

C) Se prevé que Las utilidades como porcentaje de ventas desciendan de 34.91 en mayo a 3.88 en noviembre, debido al aumento de los gastos administrativos, como la capacitación.

D) En base a la consideración anterior, pueden darse algunos ajustes al presente proyecto, dado que la capacitación se podría posponer a fin de evitar esa disminución en el porcentaje sobre las ventas.

E) El negocio sí es rentable, ya que empieza con un saldo inicial de \$30,000.00 y cada mes se presenta un

excedente de efectivo hasta alcanzar en diciembre un saldo de \$44,276.00

F) El rendimiento de la utilidad neta antes de impuestos sobre las ventas es favorable para todo el año proyectado, en el primer semestre se observan márgenes de utilidad muy atractivos, como lo es el del mes de mayo donde \$ 0.40 de cada peso de venta se convierte en utilidad. En el segundo semestre este margen desciende por la renta que origina que los gastos se incrementen en un 50%, sin embargo, si se logra comprar el local la situación será diferente en cuanto a rentabilidad, y se verá afectada la liquidez del proyecto.

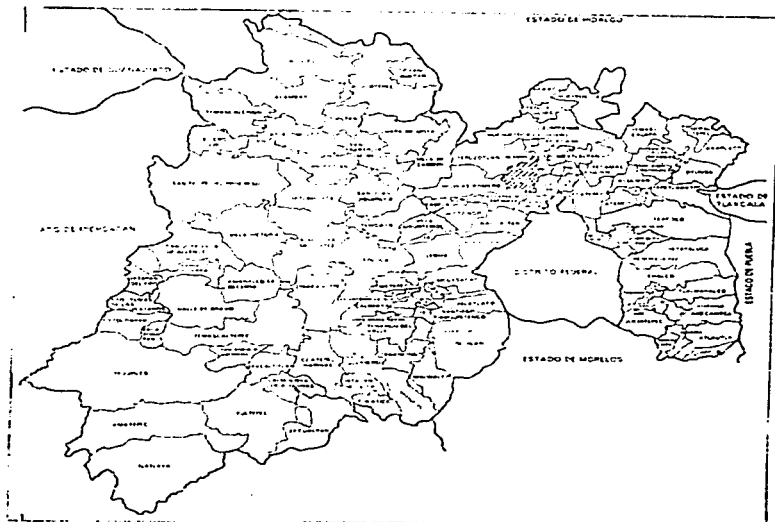
ANEXOS

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

FES-CUAUTILÁN
SEMINARIO DE MERCADOTECNIA VETERINARIA

U.N.A.M.
ANEXOS

**ANEXO 1. MAPA DEL ESTADO DE MÉXICO.
DIVISIÓN MUNICIPAL**



ANEXO 2. COORDENADAS GEOGRÁFICAS Y ALTITUD DE LAS CABECERAS MUNICIPALES

CABECERA	LATITUD NORTE		LONGITUD OESTE		ALTITUD msnm
	Grados	Minutos	Grados	Minutos	
Villa Victoria	19	26	100	00	2 570
Zimacantepec	19	17	99	44	2 740
Valle de Bravo	19	12	100	08	1 800
Amanalco de Becerra	19	15	100	01	2 320
Donato Guerra	19	18	100	09	2 200
Ixtapan del Oro	19	16	100	16	1 640
Ozoloapan	19	07	100	18	1 380
Nuevo Santo Tomás de los Platanos	19	11	100	16	1 360
Villa de Allende	19	22	100	09	2 380
Zacazonapan	19	04	100	15	1 370
Zampango de Ocampo	19	48	99	06	2 250
Apaxco de Ocampo	19	58	99	10	2 180
Hueyposilla	19	54	99	05	2 260
Jaltenco	19	45	99	06	2 240
Nextlalpan de Felipe Sánchez Solís	19	44	99	04	2 240
Santiago Tequaxiaco	19	55	99	09	2 200
Cuautillan Izcalli	19	39	99	13	2 280
Xico	19	16	98	56	2 240

Nota: Los valores de Latitud y Longitud están aproximados a minutos y los de altitud a decenas de metros.

msnm: metros sobre el nivel del mar.

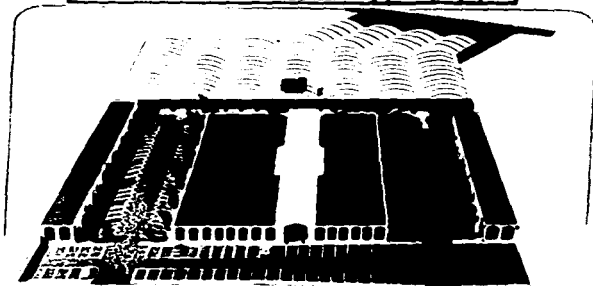
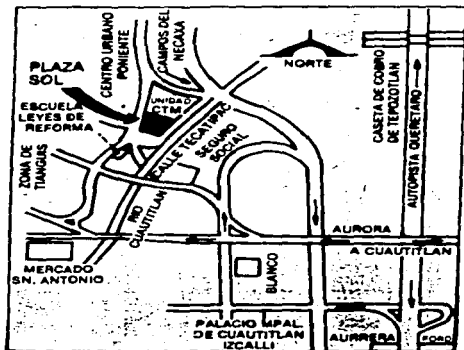
FUENTE: IGNEGI Carta Topográfica, 1:50 000

ANEXO 3. CROQUIS DEL MUNICIPIO



Copyright de la Universidad Nacional Autónoma de México. Ed. 1980.

ANEXO 4. LOCALIZACIÓN DEL MERCADO DEL CARMEN Y PLAZA SOL



BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Ibañez Brambila, Berenice
MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS
2a. edición
México, Editorial Trillas, PP.303, 1995.

- 2.- I.N.E.G.I.
ANUARIO ESTADÍSTICO DEL ESTADO DE MÉXICO
México, I.N.E.G.I. , pp. 463, 1995.

- 3.- I.N.E.G.I.
ATLAS DEL ESTADO DE MÉXICO. XI CENSO GENERAL
DE POBLACIÓN Y VIVIENDA
México, I.N.E.G.I. , 1992.

- 4.- Mercado Salvador, H.
COMO HACER UNA TESIS
México, Editorial Limusa, pp. 239, 1991.

- 5.- Municipio de Cuautitlán Izcalli
PLAN DEL CENTRO DE POBLACIÓN ESTRATÉGICO DE
CUAUTITLÁN IZCALLI
México, pp.80, 199