



29  
2ej.

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN

**“ELEMENTOS BÁSICOS DE  
MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y  
DISTRIBUCIÓN DE MASCOTAS”**

**TRABAJO DE SEMINARIO**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

*MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA*

P R E S E N T A :

**MIRIAM IVETE FRANCO GARCIA.**

ASESORES: M. V. Z. SERGIO CORTÉS Y HUERTA.

M. V. Z. CARLOS MANUEL APPENDINI TAZZER.

CUAUTITLAN, ESTADO DE MEXICO, 1998

1998



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  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

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

FACULTAD DE ESTUDIOS  
SUPERIORES CUAUTITLAN



DEPARTAMENTO DE  
EXAMENES PROFESIONALES

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

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

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

Mercadotecnia Veterinaria. Elementos básicos de  
mercadotecnia en la venta y distribución de mascotas.

que presenta la pasante: Miriam Ivete Franco García,  
con número de cuenta: 8508940-0 para obtener el Título de:  
Médica Veterinaria 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"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 21 de noviembre de 19 97.

MODULO:

PROFESOR:

FIRMA:

|           |                                      |  |
|-----------|--------------------------------------|--|
| <u>I</u>  | <u>M.C. Luis Fernández Zorrilla,</u> |  |
| <u>II</u> | <u>M.C. Antonio Ramón Herrera.</u>   |  |
| <u>IV</u> | <u>Lic. Aminta Silva Gómez.</u>      |  |

# ÍNDICE

## I. INTRODUCCIÓN.

|  |    |
|--|----|
| MISIÓN.  | 2. |
| VISIÓN.  | 3  |
| ORGANIGRAMA.                                   | 4  |
| DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREA DE RESULTADOS. | 5  |

## II. ANÁLISIS SITUACIONAL.

### A) ENTORNO EXTERNO.

|  |   |
|--|---|
| 1.- ANÁLISIS DE MERCADO.                         | 7 |
| 2.- ANÁLISIS DE ENTORNO EXTERNO.                 | 8 |
| ÁREA DE INFLUENCIA DE OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS. |   |

### B) ENTORNO INTERNO.

|   |    |
|---|----|
| 1.- ADMINISTRACIÓN ACTUAL.              | 9  |
| 2.- MEZCLA DE MERCADOTECNIA:            | 10 |
| * PRODUCTO:                             |    |
| CARACTERÍSTICAS, VENTAJAS Y BENEFICIOS. |    |
| * PLAZA.                                |    |
| * PRECIO.                               |    |
| * PROMOCIÓN.                            |    |

|      |  |           |
|------|--|-----------|
| C)   | <b>ANÁLISIS DE LA EMPRESA.</b>                 | <b>12</b> |
|      | 1.- PROBLEMAS-POSIBLE MITIGACIÓN.              | 12        |
|      | 2.- OPORTUNIDADES-ACCIÓN DE DESARROLLO         | 12        |
|      | 3.- ÁREAS DE GESTIÓN DE FUERZAS Y DEBILIDADES. | 13        |
|      | 4.- FUERZA - POSIBLE APLICACIÓN.               | 14        |
|      | 5.- DEBILIDAD - QUÉ IMPIDE - CORRECCIÓN.       | 15        |
| III. | <b><u>OBJETIVOS.</u></b>                       |           |
|      | A) OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.                    | 16        |
|      | B) ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE ACCIÓN.          | 17        |
| IV.  | <b><u>PRESUPUESTOS.</u></b>                    |           |
|      | A) PRESUPUESTO DE VENTAS.                      | 19        |
|      | B) PRESUPUESTO DE COSTOS.                      | 20        |
|      | C) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.                   | 21        |
|      | D) PRESUPUESTO DE INVERSIONES.                 | 22        |
|      | E) FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA 1998.     | 23        |
|      | F) ESTADO DE RESULTADOS PARA 1998.             | 24        |
| V.   | <b><u>CONCLUSIONES.</u></b>                    | <b>25</b> |
| VI.  | <b><u>ANEXOS.</u></b>                          | <b>26</b> |

# INTRODUCCIÓN

En las grandes ciudades siempre los individuos se sienten con la necesidad de compañía, dada que la sensación de soledad y de inseguridad es más patente en las grandes urbes, con lo cual la gente busca un animal que llene estos vacíos.

Por otro lado, va creciendo la necesidad de colocar las crías de las mascotas en otros hogares, y la mayoría de los consultorios veterinarios no venden directamente mascotas, pero la gente acude pidiendo perros, gatos, etcétera. Y las tiendas de mascotas no siempre cuentan con el animal de la mascota en el momento que la clientela se lo solicita. Además no existe una comunicación entre empresas y particulares de toda el área metropolitana para que animales rechazados en el norte sean buscados en el sur y viceversa. Esto redundará en animales abandonados en calles y albergues, en donde se reproducen sin control o mueren por falta de atención y constituyen un problema de salud pública.

A los animales que se encuentran en asilos la gente no los adopta por miedo a tener animales enfermos o de "mala raza" y no hay quién certifique su estado de salud. Y en el caso de animales exóticos y perros de raza, no hay quién se encargue de obtener los permisos y registros necesarios.

También cuando los animales están en exhibición están expuestos a muchas enfermedades, pero si se dieran directamente al cliente esto se evitaría.

El presente trabajo tiene como objetivo presentar a una empresa que se dedica a obtener y proporcionar animales domésticos para su venta y compra en tiendas de mascotas y con particulares.

## MISIÓN.

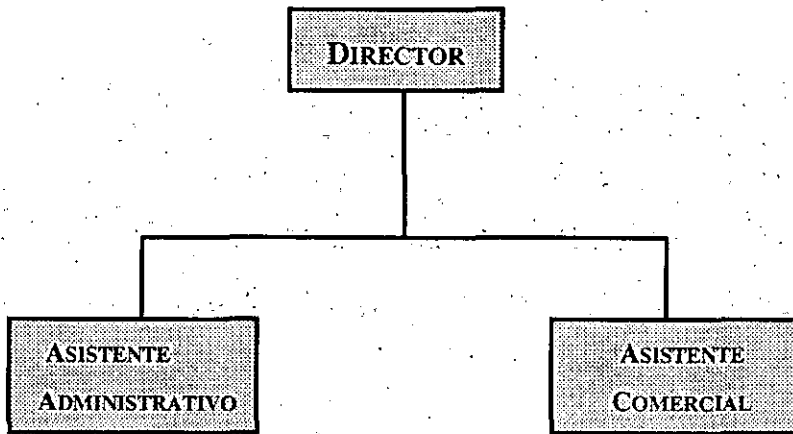
Facilitar, de una forma eficiente, segura y confiable, la adquisición de animales domésticos, para satisfacer la necesidad de las empresas y particulares, de tener un animal sano.

## **VISION**

Ser una red de distribución de mascotas y control de fauna silvestre que se adquiere como mascota, reconocida a nivel nacional y mundial por relacionar armoniosamente animales con el hombre.



# ORGANIGRAMA



## DESCRIPCIÓN DE PUESTO POR ÁREA DE RESULTADOS

|   |  |
|---|--|
| <b>PUESTO:</b><br><br><p style="text-align: center;"><b>DIRECTOR.</b></p> | <b>MISIÓN:</b><br>Facilitar eficiente, segura y confiablemente de animales para mascotas a las empresas y particulares que lo necesiten. |
|---|--|

| ÁREAS DE RESULTADOS         | RESPONSABILIDADES   | PARAMETROS   |
|-----------------------------|---|--|
| <b>RENTABILIDAD:</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visualizar la viabilidad del negocio.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación y Estado de Resultados.</li> </ul>   |
| <b>COMERCIALIZACIÓN:</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de Clientes y Distribuidores continuamente.</li> <li>• Distribución, venta y cobranza eficazmente.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener un número constante de clientes y distribuidores.</li> <li>• Cuantificar la venta, la cobranza y la distribución de los animales.</li> </ul>   |
| <b>ADMINISTRACIÓN:</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar los recursos humanos, animales y materiales para el logro de los objetivos.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad y calidad de pedidos, entregas y ventas cada período.</li> <li>• Desviaciones de tiempo.</li> </ul>  |
| <b>SERVICIO AL CLIENTE:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría.</li> <li>• Asegurar la disponibilidad y la entrega del pedido.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de clientes que pidan asesoría.</li> <li>• Cuantía de quejas.</li> </ul>   |
| <b>CONTROL DE CALIDAD:</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar el estado de salud de los animales.</li> <li>• Asegurar los cuidados de transporte y recepción.</li> <li>• Obtener y asegurar los permisos y registros.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de exámenes de laboratorio y clínicos expedidos.</li> <li>• Número de animales no entregados o perdidos en transporte.</li> <li>• Número de permisos y de registros entregados.</li> </ul> |

|   |   |
|---|---|
| <b>PUESTO:</b><br><br>ASISTENTE ADMINISTRATIVO. | <b>MISIÓN:</b><br><br>Proveer de la información de su área de resultados, necesaria, útil y oportuna al Director. |
|---|---|

| ÁREA DE RESULTADOS     | RESPONSABILIDADES  | PARÁMETROS   |
|------------------------|--|--|
| <b>ADMINISTRATIVA:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar pedidos.</li> <li>• Realizar y actualizar lista de clientes y proveedores.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de Pedidos.</li> <li>• Desviación de tiempo por búsqueda de clientes y proveedores.</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
| <b>PUESTO:</b><br><br>ASISTENTE COMERCIAL. | <b>MISIÓN:</b><br><br>Auxiliar en la transportación y distribución de animales. |
|--|---|

| ÁREAS DE RESULTADOS        | RESPONSABILIDADES  | PARÁMETROS   |
|----------------------------|--|--|
| <b>COMERCIALIZACIÓN:</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportación de animales.</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de pedidos entregados.</li> </ul>  |
| <b>CONTROL DE CALIDAD:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar trámites de permisos y registros de animales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantidad de animales registrados.</li> <li>• Número de permisos obtenidos.</li> </ul> |

# ANÁLISIS SITUACIONAL

## ANÁLISIS DE MERCADO

### A) ENTORNO EXTERNO.

El mercado que la empresa busca son todas aquellas tiendas y consultorios veterinarios que se dediquen a la compra y venta de animales.

De lo anterior encontramos que existen como:

### MERCADO POTENCIAL:

- |               |   |
|---------------|---|
| Tenemos aquí: | • 430 consultorios veterinarios en la zona metropolitana. |
| Más:          | • 35 tiendas de mascotas en la zona                       |
| TOTAL:        | • 465.  |

### MERCADO DISPONIBLE:

Consideramos que el total del mercado potencial (465) puede considerarse como disponible puesto que son los que tienen recursos para publicidad.

### MERCADO META:

Del total de consultorios veterinarios, 67 son en la zona norte, que es la que nos gustaría atender y por supuesto a las 35 tiendas de animales. Entonces hablamos de 102 empresas disponibles que deseamos tomar.

## ANÁLISIS DE ENTORNO EXTERNO

| ÁREA DE INFLUENCIA               | OPORTUNIDADES   | PROBLEMAS  |
|----------------------------------|---|--|
| ECONÓMICO:<br>PODER ADQUISITIVO. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Puede aumentar. <span style="float: right;">3</span></li> </ul>  |  |
| MERCADO:<br>ABASTECIMIENTO.      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Es insuficiente e ineficiente. <span style="float: right;">7</span></li> <li>Los albergues de animales no tienen sistema de colocar a éstos. <span style="float: right;">8</span></li> </ul> |  |
| PIRATEO:<br>TECNOLOGÍA DE PUNTA. | <ul style="list-style-type: none"> <li>El mercado negro es inseguro y poco confiable. <span style="float: right;">4</span></li> <li>Algunas cuentan con fax. <span style="float: right;">9</span></li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>No todas las empresas cuentan con computadoras. <span style="float: right;">2</span></li> </ul> |
| TENDENCIA DE CONSUMO:<br>(MODA). | <ul style="list-style-type: none"> <li>Varían de zona a zona y cambian rápidamente. <span style="float: right;">5</span></li> </ul>   |  |
| SOCIAL:<br>IDIOSINCRASIA.        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>La gente no acepta a los intermediarios. <span style="float: right;">1</span></li> </ul>        |
| SEGURIDAD SOCIAL                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tendencia a Disminuir. <span style="float: right;">2</span></li> </ul>   |  |
| INFLUENCIA CULTURAL:             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aumento de mascotas. <span style="float: right;">6</span></li> </ul>   |  |
| TENDENCIA<br>DEMOGRÁFICA:        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentando constantemente. <span style="float: right;">1</span></li> </ul>   |  |

**B) ENTORNO INTERNO.**

**ADMINISTRACIÓN ACTUAL**

Actualmente no se cuenta con un lugar específico de atención al cliente, se realizan visitas a domicilio de clientes conocidos y los ingresos no cubren los gastos, dada la poca clientela. La venta de mascotas es ocasional.

# MEZCLA DE MERCADOTECNIA

## 1.- PRODUCTO.

### CARACTERÍSTICAS:

Es un servicio creado para cubrir las necesidades que existen en cuanto a la adquisición de animales en las empresas y particulares que se dedican a la compra y venta de mascotas.

### VENTAJAS.

- Verificar y asegurar el estado de salud del animal.
- Proporcionar una amplia variedad de animales (roedores, lepóridos, felinos, caninos, reptilés, aves, peces, etc.).
- Eficiencia y rapidez en la entrega del animal.
- Evitar contagios entre animales, al no permitir que éstos salgan de sus criaderos hasta asegurar el destinatario.
- Ofrecer el servicio de documentación legal, registros u otros papeles oficiales que el cliente necesite.

### BENEFICIOS:

- El cliente obtendrá exactamente el animal que busca y no el que había en la tienda.
- Las tiendas podrán ofrecer cualquier animal y no sólo el que haya en existencia.
- Obtendrán una garantía de la buena salud del animal al momento de su compra.
- Evitará problemas legales al adquirir en forma ilícita sus animales.

## 2.- PLAZA.

Distribuir mascotas en toda el área metropolitana, surtiendo principalmente a la zona norte, vía terrestre.

### 3.- PRECIO

Obteniéndose los animales directamente de particulares se debe ofrecer el menor precio posible a las tiendas y consultorios para que ellos puedan inclusive duplicar o triplicar el precio.

### 4.- PROMOCIÓN.

- Registrar al cliente y cada semana ofrecer el servicio.
- Ofrecer al proveedor asesoría para la mejora de su crianza y servicios de vacunación a domicilio.
- Dar un certificado de buen estado de salud de las mascotas al momento de la compra.
- Proporcionar datos a los particulares de los diferentes consultorios y tiendas (clientes) en donde pueden atender a sus animales y proporcionarles accesorios.



## ANÁLISIS DE LA EMPRESA

| PROBLEMA   | POSIBLE MITIGACIÓN  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• La gente no acepta al intermediario.</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad-producto ampliado.</li> </ul>                                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No todas las empresas cuentan con fax y/o computadora.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar otras vías de comunicación, como teléfono, correo y personalmente.</li> </ul> |

| OPORTUNIDADES   | ACCIÓN DE DESARROLLO  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento demográfico.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A cada niño le corresponde una mascota.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminución de la seguridad pública.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de perros de guardia y protección.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• El poder adquisitivo puede aumentar.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando la gente tiene más dinero busca cómo gastarlo.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado negro es inseguro y poco confiable.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar mascotas sanas y con documentación en orden.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las tendencias varías de una zona a otra.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener los animales de moda en la zona donde su tendencia de consumo ha bajado.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento de mascotas imitación extranjera.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importar especies novedosas y aumentar la variedad de especies de mascotas.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• El abastecimiento a las empresas no es suficiente.</li> <li>• Los albergues no tienen un sistema de colocar mascotas eficiente.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener los animales de una forma gratuita en los albergues. A un bajo costo con particulares y abastecer a las empresas.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas que cuentan con fax.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vía alterna de comunicación.</li> </ul>  |

## ANÁLISIS DE LA EMPRESA

| ÁREAS DE GESTIÓN                                    | FUERZAS   | DEBILIDADES  |
|---|---|--|
| COMERCIALIZACIÓN:<br>CALIDAD PRODUCTO/<br>SERVICIO. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puedo hacer control de calidad y servicio.</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconozco la calidad del animal de crianza. <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">6</span></li> </ul>           |
| POSICIÓN DEL PRECIO.                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay precios establecidos, hay regateo comercial.</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tengo control sobre precio de producción (crianza). <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">5</span></li> </ul> |
| TAMAÑO DE LA CLIENTELA.                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se prevé de más de 50 y en aumento constante.</li> </ul>             |  |
| PUBLICIDAD/PROMOCIÓN.                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conozco gente que se dedica a venta y compra de mascotas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconozco a toda la clientela. <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2</span></li> </ul>                        |
| DISTRIBUCIÓN.                                       |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tengo el vehículo. <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">3</span></li> </ul>                                  |
| CONOCIMIENTO DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad para poder detectar necesidades.</li> </ul>                |  |
| CONOCIMIENTO DEL MERCADO.                           |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexperiencia. <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1</span></li> </ul>   |
| MANUFACTURA:<br>ABASTECIMIENTO.                     |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Depende de la gente que ofrezca animales. <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">7</span></li> </ul>              |
| DISTRIBUCIÓN.                                       |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tengo "almacén" <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">4</span></li> </ul>                                     |
| CONTROL DE CALIDAD.                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Puedo realizar examen clínico.</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No se realizan los exámenes de laboratorio.</li> </ul>  |
| ACTITUD Y MOTIVA.                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soy emprendedora.</li> </ul>   |  |
| ADMINISTRACIÓN:<br>MEJORA DE PROCESOS.              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producir sobre pedido.</li> </ul>                                    |  |
| ACCESO TEC. DE PUNTA.                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tengo Telcel y computadora.</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesito actualizar mi sistema. <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">8</span></li> </ul>                        |
| FINANZAS:<br>CAP. CRECIMIENTO DE RECURSOS PROPIOS.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mi esposo.</li> </ul>  |  |

| FUERZA   | POSIBLE APLICACIÓN   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Tamaño de la clientela más de 50 y en aumento.</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Contactar primeros 50 clientes.</li> <li>Ampliar a Laboratorios y Escuelas.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>No hay precios establecidos.</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Se puede regatear precio al mayoreo.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Producir sobre pedido.</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Conseguir especificaciones del animal y conseguirlo después.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Mi esposo.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Puede financiar el proyecto.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Mi actitud emprendedora.</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Contactar amigos y conocidos para entrar en el proyecto.</li> <li>Buscar vías alternas.</li> <li>Capacitarme (Diplomados, etcétera).</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Conozco gente que se dedica a la compra y venta de animales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pedirles asesoría.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Facilidad para detectar necesidades.</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Verificar animales moda y lugar requeridos.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Tengo teléfono celular y computadora.</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Contactar clientes desde lugar de entrega y durante el transporte.</li> <li>Registrar información y base de datos en computadora.</li> </ul>    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer control de calidad y servicio.</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer distribución de cualquier animal.</li> <li>Servicio ampliado certificando salud animal y dando registros y permisos.</li> </ul>         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Sé hacer examen clínico.</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar personalmente los exámenes clínicos y en caso de duda contactar servicio externo.</li> </ul>   |

| DEBILIDAD   | QUÉ IMPIDE  | CORRECCIÓN   |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexperiencia en la compra y venta de mascotas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener relaciones.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empezar a trabajar.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconozco mucha clientela.</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener ventas directas.</li> <li>• Tener proveedores constantes.</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la empresa por llamadas telefónicas u correo a albergues y criaderos.</li> <li>• Promoción directa a empresas.</li> <li>• Anunciarse por revistas especializadas.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tengo vehículo adecuado.</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportar animales.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vender o cambiar mi auto.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tengo almacén.</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener mascotas temporales.</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contactar directamente cliente y criador.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tengo control sobre el precio de producción.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No puedo ofrecer precios competitivos.</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar costos de producción y exigir precios baratos.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconozco la calidad de crianza.</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar animales de línea genética comprobada y dudoso estado de salud.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar procedencia y condiciones de crianza del animal antes de su venta.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abasto depende de la oferta y demanda.</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar servicio eficientemente.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar constantemente base de datos.</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar sistema de computación.</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agilizar la administración.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprar e invertir en programas y actualizar computadora.</li> <li>• Tomar curso para uso del programa.</li> </ul>  |

# OBJETIVOS

## OBJETIVO 1.-

Definir e implementar un SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE MASCOTAS en la zona norte del Área Metropolitana en el lapso de un año.

| ESTRATEGIAS  | RESPONSABLE              | FECHA DE INICIO | FECHA TÉRMINO | AYUDA REQUERIDA |
|--|--------------------------|-----------------|---------------|-----------------|
| 1.1.- Registrar información y elaborar una base de datos.      | Asistente Administrativo | 02/01/98        | continuo      | Dirección       |
| 1.2.- Introducir al sistema a todas las empresas de la Ciudad. | Director                 | 02/01/98        | continuo      | Administrativo  |

## OBJETIVO 2.-

Mejorar la calidad de todas las mascotas adquiridas en las empresas (clínicas veterinarias y tiendas de animales) de la zona norte.

| ESTRATEGIAS  | RESPONSABLE | FECHA DE INICIO | FECHA TÉRMINO | AYUDA REQUERIDA |
|--|-------------|-----------------|---------------|-----------------|
| 2.1.- Establecer los parámetros de calidad a cada animal para su distribución. | Director    | 02/01/98        | 02/01/99      | Ventas          |

## OBJETIVO 3.-

Comercializar un mínimo de setenta mil pesos mensuales.

| ESTRATEGIAS  | RESPONSABLE         | FECHA DE INICIO | FECHA TÉRMINO | AYUDA REQUERIDA            |
|--|---------------------|-----------------|---------------|----------------------------|
| 3.1.- Establecer un manual de operaciones de ventas. | Asistente Comercial | 02/01/98        | 30/01/98      | Dirección y Administración |



## OBJETIVO NO. 2

| ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE ACCIÓN  | RESPONSABLE                    | FECHA DE INICIO | FECHA TÉRMINO | AYUDA REQUERIDA     |
|--|--------------------------------|-----------------|---------------|---------------------|
| 2.1.- Establecer los parámetros de calidad a cada animal para su distribución. |                                |                 |               |                     |
| 2.1.1.- Realizar examen clínico a cada animal.                                 | Director                       | 01/01/98        | continuo      | Dirección y Externa |
| 2.1.2.- Realizar Coproparasitoscópicos y biometría hemática a los animales.    | Director                       | 02/01/98        | constante     | Externa             |
| 2.1.3.- Obtener los registros ante la Federación Canófila de México.           | Director y Asistente Comercial | 02/01/98        | continuo      | Externa             |

## OBJETIVO NO. 3

| ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DE ACCIÓN                                    | RESPONSABLE                          | FECHA DE INICIO | FECHA TÉRMINO | AYUDA REQUERIDA       |
|--|--------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------------|
| 3.1.- Establecer un Manual de Operaciones de Ventas.                 |                                      |                 |               |                       |
| 3.1.1.- Verificar la tendencia de moda en razas y especies cada mes. | Director                             | 01/01/98        | Constante     | Ventas                |
| 3.1.2.- Localizar los proveedores específicos de dicha moda.         | Director y Asistente Comercial       | 01/01/98        | Continuo      | Administración Ventas |
| 3.1.3.- Tomar pedidos y surtir eficientemente.                       | Asistente Administrativo y Comercial | 02/01/98        | Constante     | Dirección y Ventas    |

## **PRESUPUESTOS**



**PRESUPUESTO DE VENTAS**  
(Cifras en Miles de Pesos)

| PRODUCTO              | PRECIO UNITARIO | ENE. |             | FEB. |              | MAR. |              | ABR. |              | MAY. |              | JUN. |               | JUL.  |               | AGO. |              | SEP. |              | OCT. |              | NOV. |              | DIC. |               | TOTAL VALOR  |
|-----------------------|-----------------|------|-------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|---------------|-------|---------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|---------------|--------------|
|                       |                 | Uni  | Val         | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val           | Uni   | Val           | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val           |              |
| Pastor Alemán Reg.    | 1.38            | 9    | 12.42       | 10   | 13.8         |      |              |      |              | 5    | 6.9          | 10   | 13.8          | 9     | 12.42         |      |              | 5    | 6.9          |      |              | 9    | 12.42        | 10   | 13.8          |              |
| Pastor Alemán         | 0.39            |      |             |      |              | 5    | 1.95         | 8    | 3.12         |      |              | 8    | 3.12          | 5     | 1.95          | 5    | 1.95         |      |              | 5    | 1.95         |      |              | 10   | 3.9           |              |
| Pastor Belga Reg.     | 2.18            |      |             |      |              |      |              |      |              | 7    | 15.26        |      |               | 6     | 13.8          |      |              | 2    | 4.36         |      |              | 7    | 15.26        | 7    | 15.26         |              |
| Pastor Belga          | 0.79            |      |             |      |              | 4    | 3.16         |      |              |      |              |      |               |       |               |      |              |      |              | 4    | 3.16         |      |              |      |               |              |
| Cocker Spaniel Reg.   | 1.58            |      |             |      |              |      |              | 7    | 11.06        | 4    | 6            | 7    | 11.06         | 10    | 15.8          |      |              |      |              |      |              | 7    | 11.06        | 7    | 11.06         |              |
| Cocker Spaniel        | 0.49            |      |             | 7    | 3.43         |      |              |      |              | 4    | 1.96         |      |               |       |               | 5    | 2.45         |      |              | 5    | 2.45         |      |              | 7    | 3.43          |              |
| French P. Reg.        | 0.55            |      |             |      |              |      |              | 10   | 5.5          | 5    | 2.75         | 10   | 5.5           |       |               |      |              | 5    | 2.75         |      |              | 15   | 8.25         | 10   | 5.5           |              |
| French P.             | 1.70            |      |             |      |              |      |              | 5    | 8.5          | 5    | 8.5          |      |               | 10    | 17            |      |              |      |              |      |              | 10   | 17           |      | 10            | 17           |
| Shar-Pei Reg.         | 3.78            |      |             | 6    | 22.68        |      |              |      |              |      |              |      | 6             | 22.68 |               |      | 2            | 7.56 |              |      | 1            | 3.78 |              |      |               |              |
| Shar-Pei              | 1.59            |      |             |      |              |      |              |      |              |      |              |      |               | 4     | 6.36          |      |              |      |              |      |              |      |              |      |               |              |
| Rottwiller Reg.       | 2.38            |      |             |      |              | 10   | 23.8         |      |              |      |              |      |               |       |               | 10   | 23.8         |      |              |      |              | 12   | 28.56        |      | 12            | 28.56        |
| Rottwiller            | 0.89            | 10   | 8.9         |      |              |      |              |      |              |      |              | 10   | 8.9           | 12    | 10.68         |      |              |      |              |      |              |      |              | 10   | 8.9           |              |
| Hamster               | 0.03            | 5    | 0.15        | 5    | 0.15         | 10   | 0.3          | 10   | 0.3          | 15   | 0.45         | 15   | 0.45          | 30    | 0.9           | 30   | 0.9          | 10   | 0.3          | 10   | 0.3          | 30   | 0.9          | 50   | 1.5           |              |
| Ratón                 | 0.01            | 5    | 0.05        | 5    | 0.05         | 5    | 0.05         | 10   | 0.1          | 10   | 0.1          | 15   | 0.15          | 20    | 0.2           | 20   | 0.2          | 10   | 0.1          | 5    | 0.05         | 15   | 0.15         | 25   | 0.25          |              |
| Pez Beta              | 0.05            | 10   | 0.5         | 10   | 0.5          | 15   | 0.75         | 20   | 1            | 25   | 1.25         | 30   | 1.5           | 35    | 1.75          | 40   | 2            | 30   | 1.5          | 25   | 1.25         | 20   | 1            | 25   | 1.25          |              |
| P. Guppy              | 0.01            | 10   | 0.1         | 10   | 0.1          | 20   | 0.2          | 30   | 0.3          | 40   | 0.4          | 50   | 0.5           | 50    | 0.5           | 30   | 0.3          | 10   | 0.1          | 10   | 0.1          | 20   | 0.2          | 60   | 0.6           |              |
| P. Japonés            | 0.04            | 10   | 0.4         | 10   | 0.4          | 20   | 0.8          | 20   | 0.8          | 30   | 1.2          | 30   | 1.2           | 40    | 1.6           | 30   | 1.2          | 10   | 0.4          | 20   | 0.8          | 30   | 1.2          | 40   | 1.6           |              |
| Canario               | 0.07            | 20   | 1.4         | 20   | 1.4          | 30   | 2.1          | 40   | 2.8          | 50   | 3.5          | 60   | 4.2           | 70    | 4.9           | 30   | 2.1          | 0    | 0            | 0    | 0            | 0    | 0            | 0    | 0             | 0            |
| Periquito Australiano | 0.02            | 2    | 0.8         | 2    | 0.8          | 4    | 1.6          | 6    | 2.4          | 8    | 3.2          | 10   | 4             | 6     | 2.4           | 2    | 0.8          | 0    | 0            | 2    | 0.8          | 4    | 1.6          | 6    | 2.4           |              |
| Gato Común            | 0.01            | 2    | 0.04        | 2    | 0.04         | 4    | 0.08         | 8    | 0.16         | 20   | 0.4          | 20   | 0.4           | 40    | 0.8           | 40   | 0.8          | 2    | 0.04         | 4    | 0.08         | 6    | 0            | 10   | 0.2           |              |
| Gato Siamés           | 0.10            | 5    | 0.05        | 9    | 0.09         | 10   | 0.1          | 15   | 0.15         | 20   | 0.2          | 25   | 0.25          | 30    | 0.3           | 35   | 0.35         | 0    | 0            | 10   | 0.1          | 20   | 0.2          | 35   | 0.35          |              |
| Gato de Angora        | 4.00            | 6    | 0.6         | 4    | 0.4          | 0    | 0            | 1    | 0.1          | 2    | 0.4          | 6    | 0.6           | 7     | 0.7           | 10   | 1            | 1    | 0.1          | 1    | 0.1          | 15   | 1.5          | 15   | 1.5           |              |
|                       |                 | 2    | 8           | 1    | 4            | 2    | 8            | 4    | 16           | 6    | 24           | 8    | 32            | 2     | 8             | 6    | 24           | 0    | 0            | 1    | 4            | 2    | 8            | 8    | 32            |              |
| <b>TOTAL:</b>         |                 |      | <b>33.4</b> |      | <b>47.84</b> |      | <b>42.89</b> |      | <b>52.29</b> |      | <b>76.47</b> |      | <b>110.31</b> |       | <b>100.06</b> |      | <b>69.41</b> |      | <b>16.55</b> |      | <b>64.48</b> |      | <b>61.74</b> |      | <b>149.06</b> | <b>824.5</b> |

Uni = Unidades del Producto.

Val = Valor del Producto.

Presentado

**PRESUPUESTO DE COSTOS**  
(Cifras en Miles de Pesos)

| PRODUCTO              | PRECIO UNITARIO | ENE. |             | FEB. |              | MAR. |              | ABR. |              | MAY. |              | JUN. |               | JUL. |              | AGO. |              | SEP. |              | OCT. |              | NOV. |              | DIC. |              | TOTAL VALOR  |
|-----------------------|-----------------|------|-------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|---------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|------|--------------|--------------|
|                       |                 | Uni  | Val         | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val           | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          | Uni  | Val          |              |
| Pastor Alemán Reg.    | 0.69            | 9    | 6.21        | 10   | 6.9          |      |              |      |              | 5    | 3.45         | 10   | 6.9           | 9    | 6.21         |      |              | 5    | 3.45         |      |              | 9    | 6.27         | 10   | 6.9          |              |
| Pastor Alemán         | 0.195           |      |             |      |              | 5    | 0.975        | 8    | 1.56         |      |              | 8    | 1.56          | 5    | 0.975        | 5    | 0.975        |      |              | 5    | 0.975        |      |              | 10   | 1.95         |              |
| Pastor Belga Reg.     | 1.09            |      |             |      |              |      |              |      |              | 7    | 7.63         |      |               | 6    | 6.54         |      |              | 2    | 2.18         |      |              | 7    | 7.63         | 7    | 7.63         |              |
| Pastor Belga          | 0.395           |      |             |      |              | 4    | 1.58         |      |              |      |              |      |               |      |              |      |              |      |              | 4    | 1.58         |      |              |      |              |              |
| Cocker Spaniel Reg.   | 0.79            |      |             |      |              |      |              | 7    | 5.53         | 4    | 3.16         | 7    | 5.53          | 10   | 7.9          |      |              |      |              |      |              | 7    | 5.53         | 7    | 5.53         |              |
| Cocker Spaniel        | 0.245           |      |             | 7    | 1.715        |      |              |      |              | 4    | 0.98         |      |               |      |              | 5    | 1.225        |      |              | 5    | 1.225        |      |              | 7    | 1.715        |              |
| French P. Reg.        | 0.275           |      |             |      |              |      |              | 10   | 2.75         | 5    | 1.375        | 10   | 2.75          |      |              |      |              | 5    | 1.375        |      |              | 15   | 4.125        | 10   | 2.75         |              |
| French P.             | 0.85            |      |             |      |              |      |              | 5    | 4.25         | 5    | 4.25         |      |               | 10   | 8.5          |      |              |      |              |      |              | 10   | 8.5          |      | 10           | 8.5          |
| Shar-Pei Reg.         | 1.89            |      |             | 6    | 11.34        |      |              |      |              |      |              | 6    | 11.34         |      |              | 2    | 3.78         |      |              |      |              | 1    | 1.89         |      |              |              |
| Shar-Pei              | 0.795           |      |             |      |              |      |              |      |              |      |              |      |               | 4    | 3.18         |      |              |      |              |      |              |      |              |      |              |              |
| Rottwiller Reg.       | 1.19            |      |             |      |              | 10   | 11.9         |      |              |      |              |      |               |      |              | 10   | 11.9         |      |              |      |              | 12   | 14.28        |      | 12           | 14.28        |
| Rottwiller            | 0.445           | 10   | 4.45        |      |              |      |              |      |              |      |              | 10   | 4.45          | 12   | 5.34         |      |              |      |              |      |              |      |              | 10   | 4.45         |              |
| Hamster               | 0.015           | 5    | 0.075       | 5    | 0.075        | 10   | 0.15         | 10   | 0.15         | 15   | 0.225        | 15   | 0.225         | 30   | 0.45         | 30   | 0.45         | 10   | 0.15         | 10   | 0.15         | 30   | 0.45         | 50   | 0.75         |              |
| Ratón                 | 0.005           | 5    | 0.025       | 5    | 0.025        | 5    | 0.025        | 5    | 0.025        | 10   | 0.05         | 15   | 0.075         | 20   | 0.1          | 20   | 0.1          | 10   | 0.05         | 5    | 0.025        | 15   | 0.075        | 25   | 0.125        |              |
| Pez Beta              | 0.025           | 10   | 0.25        | 10   | 0.25         | 15   | 0.375        | 15   | 0.375        | 20   | 0.5          | 30   | 0.75          | 35   | 0.875        | 40   | 1            | 30   | 0.75         | 25   | 0.625        | 20   | 0.5          | 25   | 0.625        |              |
| P. Guppy              | 0.005           | 10   | 0.05        | 10   | 0.05         | 20   | 0.1          | 20   | 0.1          | 30   | 0.15         | 30   | 0.15          | 50   | 0.25         | 30   | 0.15         | 10   | 0.05         | 10   | 0.05         | 20   | 0.1          | 60   | 0.3          |              |
| P. Japonés            | 0.02            | 10   | 0.2         | 10   | 0.2          | 20   | 0.4          | 20   | 0.4          | 20   | 0.4          | 30   | 0.6           | 40   | 0.8          | 30   | 0.6          | 10   | 0.2          | 20   | 0.4          | 30   | 0.6          | 40   | 0.8          |              |
| Canario               | 0.035           | 20   | 0.7         | 20   | 0.7          | 30   | 1.05         | 30   | 1.05         | 40   | 1.4          | 40   | 1.4           | 70   | 2.45         | 30   | 1.05         | 0    | 0            | 0    | 0            | 0    | 0            | 0    | 0            | 0            |
| Periquito Australiano | 0.2             | 2    | 0.4         | 2    | 0.4          | 4    | 0.8          | 4    | 0.8          | 6    | 1.2          | 10   | 2             | 6    | 1.2          | 2    | 0.4          | 0    | 0            | 2    | 0.4          | 4    | 0.8          | 6    | 1.2          |              |
| Gato Común            | 0.01            | 2    | 0.02        | 2    | 0.02         | 4    | 0.04         | 4    | 0.04         | 8    | 0.08         | 20   | 0.2           | 40   | 0.4          | 40   | 0.4          | 2    | 0.02         | 4    | 0.04         | 6    | 0.06         | 10   | 0.1          |              |
| Gato Siamés           | 0.01            | 5    | 0.025       | 9    | 0.045        | 10   | 0.05         | 10   | 0.05         | 15   | 0.1          | 25   | 0.125         | 30   | 0.15         | 35   | 0.175        | 0    | 0            | 10   | 0.05         | 20   | 0.1          | 35   | 0.175        |              |
| Gato de Angora        | 0.05            | 6    | 0.3         | 4    | 0.2          | 0    | 0            | 0    | 0.05         | 1    | 0.1          | 6    | 0.3           | 7    | 0.35         | 10   | 0.5          | 1    | 0.05         | 1    | 0.05         | 15   | 0.75         | 15   | 0.75         |              |
|                       | 2               | 2    | 4           | 1    | 2            | 2    | 4            | 2    | 8            | 4    | 12           | 8    | 16            | 2    | 4            | 6    | 12           | 0    | 0            | 1    | 2            | 2    | 4            | 8    | 16           |              |
| <b>TOTAL:</b>         | <b>411.7</b>    |      | <b>16.7</b> |      | <b>23.92</b> |      | <b>21.45</b> |      | <b>26.15</b> |      | <b>38.30</b> |      | <b>55.155</b> |      | <b>49.67</b> |      | <b>34.36</b> |      | <b>8.275</b> |      | <b>32.24</b> |      | <b>30.99</b> |      | <b>74.53</b> | <b>411.7</b> |

Uni = Unidades del Producto.

Val = Valor del Producto.

Presupuesto.xls

**PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION**  
**1998**  
**(Cifras en Miles de Pesos)**

| CONCEPTO                 | ENE.        | FEB.        | MAR.       | ABR.        | MAY.       | JUN.        | JUL.       | AGO.        | SEPT.      | OCT.        | NOV.     | DIC.        | TOTAL        |
|--------------------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|----------|-------------|--------------|
| RENTA                    | 2           | 2           | 2          | 2           | 2          | 2           | 2          | 2           | 2          | 2           | 2        | 2           | 24           |
| SUELDO                   | 2           | 2           | 2          | 2           | 2          | 3           | 3          | 3           | 3          | 3           | 3        | 4           | 32           |
| GASOLINA                 | 1           | 1           | 1          | 1           | 1          | 1           | 1.5        | 1.5         | 1.5        | 1.5         | 1.5      | 1.5         | 15           |
| PAPELERÍA                | 0.2         | 0           | 0.2        | 0           | 0.2        | 0           | 0.2        | 0           | 0.2        | 0           | 0.2      | 0           | 1.2          |
| LUZ                      | 0.3         | 0           | 0.3        | 0           | 0.3        | 0           | 0.3        | 0           | 0.3        | 0           | 0.3      | 0           | 1.8          |
| AGUA                     | 0           | 0.65        | 0          | 0.65        | 0          | 0.65        | 0          | 0.65        | 0          | 0.65        | 0        | 0.65        | 3.90         |
| TELÉFONO                 | 0.5         | 0.5         | 0.5        | 0.5         | 0.5        | 0.5         | 0.5        | 0.5         | 0.5        | 0.5         | 0.5      | 0.5         | 6            |
| PUBLICIDAD               | 0.5         | 0.5         | 0.5        | 0.5         | 0.5        | 0.5         | 0          | 0           | 0          | 0.5         | 0.5      | 0           | 4            |
| LICENCIAS E INSCRIP. FMC | 0.65        | 0           | 0          | 0           | 0          | 0           | 0          | 0           | 0          | 0           | 0        | 0           | 0.65         |
| <b>TOTAL:</b>            | <b>7.15</b> | <b>6.65</b> | <b>6.5</b> | <b>6.65</b> | <b>6.5</b> | <b>7.65</b> | <b>7.5</b> | <b>7.65</b> | <b>7.5</b> | <b>8.15</b> | <b>8</b> | <b>8.65</b> | <b>88.55</b> |



**PRESUPUESTO DE INVERSIÓN**  
**1998**  
**(Cifras en Miles de Pesos)**

| CONCEPTO           | ENE.        | FEB.     | MAR.       | ABR.     | MAY.     | JUN.     | JUL.     | AGO.       | SEPT.    | OCT.     | NOV.       | DIC.       | TOTAL       |
|--------------------|-------------|----------|------------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|----------|------------|------------|-------------|
| CAMIONETA          | 70          |          |            |          |          |          |          |            |          |          |            |            | 70          |
| JAULAS             | 0.3         |          | 0.3        |          |          |          |          | 0.3        |          |          |            | 0.3        | 1.2         |
| PECERAS            | 1.8         |          | 1.8        |          |          |          |          |            |          |          | 1.8        |            | 5.4         |
| COMPUTADORA        |             |          |            |          |          | 8        |          |            |          |          |            |            | 8           |
| PROGRAMAS COMP.    |             |          |            |          |          | 1        |          |            |          |          |            |            | 1           |
| FAX/CONTESTADORA   |             |          |            | 2        |          |          |          |            |          |          |            |            | 2           |
| CELULAR            | 2           |          |            |          |          |          |          |            |          |          |            |            | 2           |
| LINEA TELEFÓNICA   | 2           |          |            |          |          |          |          |            |          |          |            |            | 2           |
| ESCRITORIO Y SILLA | 2           |          |            |          |          |          |          |            |          |          |            |            | 2           |
| <b>TOTAL:</b>      | <b>78.1</b> | <b>0</b> | <b>2.1</b> | <b>2</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>0</b> | <b>0.3</b> | <b>0</b> | <b>0</b> | <b>1.8</b> | <b>0.3</b> | <b>93.6</b> |

**PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO**  
**PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**  
 (Cifras en Miles de Pesos)

| CONCEPTO            | ENE. | FEB.  | MAR.   | ABR.    | MAY.   | JUN.    | JUL.   | AGO.   | SEPT.  | OCT.    | NOV.    | DIC.    |
|---------------------|------|-------|--------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| <b>SALDO BANCOS</b> | 160  | 91.45 | 108.72 | 121.565 | 139.21 | 170.945 | 209.45 | 252.34 | 279.44 | 280.215 | 304.305 | 325.255 |

**INGRESOS**

|                              |              |               |               |                |               |                |               |               |               |                |                |                |
|------------------------------|--------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| VENTAS                       | 33.4         | 47.84         | 42.89         | 52.29          | 76.47         | 110.31         | 100.06        | 69.41         | 16.55         | 64.48          | 61.74          | 149.06         |
| CRÉDITOS                     |              |               |               |                |               |                |               |               |               |                |                |                |
| OTROS                        |              |               |               |                |               |                |               |               |               |                |                |                |
| <b>SUMA BANCOS-INGRESOS:</b> | <b>193.4</b> | <b>139.29</b> | <b>151.61</b> | <b>173.855</b> | <b>215.68</b> | <b>281.255</b> | <b>309.51</b> | <b>321.75</b> | <b>295.99</b> | <b>344.695</b> | <b>366.045</b> | <b>474.315</b> |

**EGRESOS**

|                         |               |              |               |               |               |               |              |              |               |              |              |              |
|-------------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| GASTOS                  | 7.15          | 6.65         | 6.5           | 6.65          | 6.5           | 7.65          | 7.5          | 7.65         | 7.5           | 8.15         | 8            | 8.65         |
| COSTOS                  | 16.7          | 23.92        | 21.445        | 26.145        | 38.235        | 55.155        | 49.67        | 34.36        | 8.275         | 32.24        | 30.99        | 74.53        |
| INVERSIONES             | 78.1          |              | 2.1           | 2             |               | 9             |              | 0.3          |               |              | 1.8          | 0.3          |
| INTERESES               |               |              |               |               |               |               |              |              |               |              |              |              |
| <b>SUMA DE EGRESOS:</b> | <b>101.95</b> | <b>30.57</b> | <b>30.045</b> | <b>34.795</b> | <b>44.735</b> | <b>71.805</b> | <b>57.17</b> | <b>42.31</b> | <b>15.775</b> | <b>40.39</b> | <b>40.79</b> | <b>83.48</b> |

|               |              |               |                |               |                |               |               |               |                |                |                |                |
|---------------|--------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>SALDO:</b> | <b>91.45</b> | <b>108.72</b> | <b>121.565</b> | <b>139.06</b> | <b>170.945</b> | <b>209.45</b> | <b>252.34</b> | <b>279.44</b> | <b>280.215</b> | <b>304.305</b> | <b>325.255</b> | <b>390.835</b> |
|---------------|--------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|

Proyecto: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_



## ESTADO DE RESULTADO PARA

1998

(Cifras en Miles de Pesos)

| CONCEPTO | ENE. | FEB.  | MAR.  | ABR.  | MAY.  | JUN.   | JUL.   | AGO.  | SEPT. | OCT.  | NOV.  | DIC.   | TOTAL |
|----------|------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| VENTAS   | 33.4 | 47.84 | 42.89 | 52.29 | 76.47 | 110.31 | 100.06 | 69.41 | 16.55 | 64.48 | 61.74 | 149.06 | 824.5 |

|                      |                                  |       |       |        |        |        |        |        |        |        |       |       |        |        |
|----------------------|----------------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
| <small>más</small>   | SERVICIOS                        |       |       |        |        |        |        |        |        |        |       |       |        |        |
|                      | SUMA                             | 33.4  | 47.84 | 42.89  | 52.29  | 76.47  | 110.31 | 100.06 | 69.41  | 16.55  | 64.48 | 61.74 | 149.06 | 824.5  |
| <small>menos</small> | COSTO DE VENTAS                  | 16.7  | 23.92 | 21.445 | 26.145 | 38.235 | 55.155 | 43.13  | 34.705 | 6.095  | 32.24 | 30.87 | 74.53  | 403.17 |
|                      | SUMA                             | 16.7  | 23.92 | 21.445 | 26.145 | 38.235 | 55.155 | 43.13  | 34.705 | 6.095  | 32.24 | 30.87 | 74.53  | 403.17 |
| <small>menos</small> | UTILIDAD BRUTA                   | 16.7  | 23.92 | 21.445 | 26.145 | 38.235 | 55.155 | 43.13  | 34.705 | 6.095  | 32.24 | 30.87 | 74.53  | 403.17 |
|                      | GASTOS DE ADMINISTRACIÓN         | 7.15  | 6.65  | 6.5    | 6.65   | 6.5    | 7.65   | 7.5    | 7.65   | 7.5    | 7.65  | 8     | 8.65   | 88.05  |
|                      | SUMA                             |       |       |        |        |        |        |        |        |        |       |       |        |        |
|                      | RESULTADO DE LA OPERACIÓN        | 9.55  | 17.27 | 14.945 | 19.495 | 31.735 | 47.505 | 35.63  | 27.055 | -1.405 | 24.59 | 22.87 | 65.88  | 315.12 |
| <small>menos</small> | PORCENTAJE SOBRE VENTA           | 28.6% | 36.1% | 34.8%  | 37.3%  | 41.5%  | 43.1%  | 35.6%  | 39.0%  | -8.5%  | 38.1% | 37.0% | 44.2%  | 38.2%  |
|                      | SUMA                             |       |       |        |        |        |        |        |        |        |       |       |        |        |
|                      | UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS | 9.55  | 17.27 | 14.95  | 19.50  | 31.74  | 47.505 | 35.63  | 27.055 | -1.405 | 24.59 | 22.87 | 65.88  | 315.12 |

## CONCLUSIONES

- 1.- El ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO PARA 1998 indica que el negocio de distribución de mascotas en la zona norte del Área Metropolitana tiene un treinta y nueve por ciento de rentabilidad.
- 2.- También muestra una utilidad neta antes de impuestos proyectada de 315 MIL PESOS ANUALES. Y con tendencia a ir aumentando conforme el sistema sea reconocido.
- 3.- Donde la inversión total es de 93,600 PESOS ANUALES.
- 4.- Aquí para efectos del trabajo, se contemplaron solo siete especies pero al aumentar la clientela, la variedad de animales también debe aumentar y con ello los ingresos.

## ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

## ENCUESTA

NOMBRE: SR. GILBERTO MEZA.

LUGAR: CONVENTO TEPOZOTLÁN.

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- ✓ A) MUY FRECUENTE.  
B) POCO FRECUENTE.  
C) RARA VEZ.  
D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- ✓ A) DIARIO.  
B) UNA VEZ POR SEMANA.  
C) UNA O DOS VECES AL MES.  
D) RARA VEZ.  
E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- ✓ A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.  
B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.  
C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.  
D) OTRA: \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: FRENCH, COCKER  
B) GATOS: PERSA.  
C) AVES: NINFAS, PERIQUITOS AUSTRALIANOS.  
D) ROEDORES:  
E) REPTILES:  
F) PECES: JAPONÉS, GUPPY, BETA  
G) ARÁCNIDOS:  
H) OTROS:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

**ENCUESTA**

NOMBRE: SR. FRANCISCO MARTÍNEZ.

LUGAR: SANTA MÓNICA.

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- A) MUY FRECUENTE.
- B) POCO FRECUENTE.
- ✓ C) RARA VEZ.
- D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- A) DIARIO.
- B) UNA VEZ POR SEMANA.
- ✓ C) UNA O DOS VECES AL MES.
- D) RARA VEZ.
- E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- ✓ A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.
- ✓ B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.
- C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.
- D) OTRA: \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: PASTOR ALEMÁN, P. BELGA, BOXER
- B) GATOS: SIAMÉS, PERSA, ANGORA
- C) AVES: CANARIOS
- D) ROEDORES:
- E) REPTILES:
- F) PECES: JAPONÉS, GUPPY, BETA
- G) ARÁCNIDOS:
- H) OTROS:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

ENCUESTA

NOMBRE: SRITA. CECILIA MIRANDA.

LUGAR: OCEANÍA.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- ✓ A) MUY FRECUENTE.  
B) POCO FRECUENTE.  
C) RARA VEZ.  
D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- ✓ A) DIARIO.  
B) UNA VEZ POR SEMANA.  
C) UNA O DOS VECES AL MES.  
D) RARA VEZ.  
E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL  
CLIENTE?

- ✓ A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.  
B) NO CÚBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.  
C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.  
D) OTRA: \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: ROTTWILLER, SHAR-PEI, PASTOR BELGA.  
B) GATOS:  
C) AVES:  
D) ROEDORES:  
E) REPTILES:  
F) PECES:  
G) ARÁCNIDOS:  
H) OTROS:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

**ENCUESTA**

NOMBRE:               SR. RAÚL BALDERAS.  
LUGAR:                VÍA ADOLFO LÓPEZ MATEOS NO. 9.

- 1.-   ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA?
- A)   MUY FRECUENTE.
  - ✓ B)   POCO FRECUENTE.
  - C)   RARA VEZ.
  - D)   NUNCA.
- 2.-   ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?
- A)   DIARIO.
  - B)   UNA VEZ POR SEMANA.
  - C)   UNA O DOS VECES AL MES.
  - ✓ D)   RARA VEZ.
  - E)   NUNCA.
- 3.-   ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL  
CLIENTE?
- A)   NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.
  - B)   NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.
  - C)   SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.
  - ✓ D)   OTRA:            SÓLO SOY ESTÉTICA.
- 4.-   ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?
- A)   PERROS:            COCKER, FRENCH
  - B)   GATOS:             SIAMÉS.
  - C)   AVES:
  - D)   ROEDORES:         HAMSTER.
  - E)   REPTILES:
  - F)   PECES:
  - G)   ARÁCNIDOS:
  - H)   OTROS:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

## ENCUESTA

NOMBRE: SR. RENÉ MERCADO MENDIOLA.

LUGAR: COACALCO.

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- ✓ A) MUY FRECUENTE.
- B) POCO FRECUENTE.
- C) RARA VEZ.
- D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- ✓ A) DIARIO.
- B) UNA VEZ POR SEMANA.
- C) UNA O DOS VECES AL MES.
- D) RARA VEZ.
- E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.
- B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.
- C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.
- ✓ D) OTRA: LO QUE PASA, ES QUE CUANDO QUIEREN UNA RAZA EN ESPECIAL NO SE ENCUENTRA CON FACILIDAD AL MOMENTO.

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: FRENCH, COCKER
- B) GATOS: PERSA.
- C) AVES: NINFAS, PERIQUITOS AUSTRALIANOS.
- D) ROEDORES:
- E) REPTILES:
- F) PECES: JAPONÉS, GUPPY, BETA
- G) ARÁCNIDOS:
- ✓ H) OTROS: ANIMALES EXÓTICOS O RAROS.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

**ENCUESTA**

**NOMBRE:** SRITA. BLANCA ELOÍSA JIMÉNEZ RUBÍ.

**LUGAR:** TELOYUCAN, ESTADO DE MÉXICO

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- ✓ A) MUY FRECUENTE.  
B) POCO FRECUENTE.  
C) RARA VEZ.  
D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- ✓ A) DIARIO.  
B) UNA VEZ POR SEMANA.  
C) UNA O DOS VECES AL MES.  
D) RARA VEZ.  
E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL  
CLIENTE?

- ✓ A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.  
B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.  
C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.  
D) OTRA: \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: PASTOR ALEMÁN, ROTWILLER, FRENCH-POODLE, SHAR-PEI.  
B) GATOS:  
C) AVES: CANARIOS  
D) ROEDORES: HAMSTERS.  
E) REPTILES:  
F) PECES:  
G) ARÁCNIDOS:  
H) OTROS:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERIANARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

**ENCUESTA**

NOMBRE: SR. LUIS QUINTANA LÓPEZ.

LUGAR: GALERÍAS PLAZA

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA.?

- ✓ A) MUY FRECUENTE.  
B) POCO FRECUENTE.  
C) RARA VEZ.  
D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- ✓ A) DIARIO.  
B) UNA VEZ POR SEMANA.  
C) UNA O DOS VECES AL MES.  
D) RARA VEZ.  
E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- ✓ A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.  
B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.  
C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.  
D) OTRA: \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: FRENCH-POODLE, COCKER.  
B) GATOS:  
C) AVES:  
D) ROEDORES: HAMSTERS.  
E) REPTILES:  
F) PECES: IGUANAS VERDES Y NEGRAS.  
G) ARÁCNIDOS: TARÁNTULAS.  
H) OTROS:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

**ENCUESTA**

NOMBRE: SRITA. MARÍA ISABEL HERNÁNDEZ CARRASCO

LUGAR: VET. CENTRO ZAHUATLÁN 301-1, SAN JAVIER TLALNEPANTLA, CENTRO.

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- ✓ A) MUY FRECUENTE.  
B) POCO FRECUENTE.  
C) RARA VEZ.  
D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- ✓ A) DIARIO.  
B) UNA VEZ POR SEMANA.  
C) UNA O DOS VECES AL MES.  
D) RARA VEZ.  
E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL  
CLIENTE?

- ✓ A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.  
✓ B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.  
C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.  
D) OTRA: \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: COCKER, FRENCH-POODLE, BOXER, ROTWILLER, PASTOR, MALTÉS.  
B) GATOS: SIEMPRE REGALADOS.  
C) AVES: POLLOS PARA ENGORDA, POLLITAS PONEDORAS, PAVOS, PATOS.  
D) ROEDORES: HAMSTERS, RATÓN, CUYOS.  
E) REPTILES: RANAS, SAPOS, VÍBORA DE AGUA.  
F) PECES: SÓLO TROPICALES.  
G) ARÁCNIDOS: SÓLO PEDIDO.  
H) OTROS:



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMENARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

**ENCUESTA**

NOMBRE: SR. EDMUNDO SORIANO RIVERO.

LUGAR: ZUMPANGO.

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- ✓ A) MUY FRECUENTE.  
B) POCO FRECUENTE.  
C) RARA VEZ.  
D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- ✓ A) DIARIO.  
B) UNA VEZ POR SEMANA.  
C) UNA O DOS VECES AL MES.  
D) RARA VEZ.  
E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- ✓ A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.  
B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.  
C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.  
✓ D) OTRA: PERROS DE DIVERSAS RAZAS PERO VARIADOS.

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: PASTOR ALEMÁN, ROTWILLER, DALMATA, BOXER.  
B) GATOS: NO  
C) AVES: PAVO REAL, FAISANES, GALLINAS DE GUINEA, TEZONTLES, CLARINES Y CARDENALES.  
D) ROEDORES: HAMSTERS Y RATONES.  
E) REPTILES: TORTUGAS.  
F) PECES: NO.  
G) ARÁCNIDOS: NO.  
H) OTROS:

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN**  
**SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERIANARIA**  
**“ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE**  
**MASCOTAS”.**

**ENCUESTA**

**NOMBRE:** SR. FRANCISCO JOSÉ VALENCIA ROSALES.

**LUGAR:** CALLE 6 No. 128, COL. PANTITLÁN, DELEG. IZTACALCO, 08100, MÉXICO, D.F.

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA?

- A) MUY FRECUENTE.
- ✓ B) POCO FRECUENTE.
- C) RARA VEZ.
- D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- A) DIARIO.
- B) UNA VEZ POR SEMANA.
- ✓ C) UNA O DOS VECES AL MES.
- D) RARA VEZ.
- E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.
- ✓ B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.
- C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.
- D) OTRA: \_\_\_\_\_

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: PASTOR ALEMÁN, ROTWILLER, LABRADOR, PASTOR BELGA, COCKER SPANIEL.
- B) GATOS:
- C) AVES:
- D) ROEDORES:
- E) REPTILES:
- F) PECES: ÁNGEL, BETA, JAPONÉS.
- G) ARÁCNIDOS:
- H) OTROS:

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERIANARIA  
"ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE  
MASCOTAS"

**ENCUESTA**

**NOMBRE:** SRITA. ANA FLORES MONTES.

**LUGAR:** VILLA GUERRERO NO. 37, COL. CUMBRÍA, C. IZCALLI (881-3208).

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- A) MUY FRECUENTE.
- B) POCO FRECUENTE.
- C) RARA VEZ.
- D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- A) DIARIO.
- B) UNA VEZ POR SEMANA.
- C) UNA O DOS VECES AL MES.
- D) RARA VEZ.
- E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.
- B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.
- C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.
- D) OTRA: TENEMOS ANIMALES ENFERMOS CON HOSPITALIZACIÓN, ALTO RIESGO DE CONTAGIO.

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: PERO NO TENERLOS EN EL CONSULTORIO.
- B) GATOS:
- C) AVES:
- D) ROEDORES:
- E) REPTILES:
- F) PECES:
- G) ARÁCNIDOS:
- H) OTROS: CUALQUIERA DE LOS ANTERIORES PERO SOBRE PEDIDO.

RAZAS: COCKER SPANIEL, PASTOR ALEMÁN, FRENCH-POODLE, SHAR-PEI, BULLTERRIER.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN**  
**SEMINARIO DE TITULACIÓN DE MERCADOTECNIA VETERINARIA**  
**“ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTECNIA EN LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE**  
**MASCOTAS”**

**ENCUESTA**

**NOMBRE:** SR. ANTONIO GÓMEZ GARAY.

**LUGAR:** MORENITA NO. 340, COL. BENITO JUÁREZ, NEZA E.M. 57000 (730-1985)

1.- ¿ES FRECUENTE QUE LE OFREZCAN ANIMALES PARA SU VENTA ?

- A) MUY FRECUENTE.
- ✓ B) POCO FRECUENTE.
- C) RARA VEZ.
- D) NUNCA.

2.- ¿QUÉ TAN FRECUENTE LE SOLICITAN MASCOTAS QUE NO TIENE?

- A) DIARIO.
- B) UNA VEZ POR SEMANA.
- ✓ C) UNA Ó DOS VECES AL MES.
- D) RARA VEZ.
- E) NUNCA.

3.- ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CAUSA DE NO TENER EL ANIMAL SOLICITADO POR EL CLIENTE?

- A) NO HAY UN BUEN DISTRIBUIDOR.
- ✓ B) NO CUBRE LOS GASTOS DEL ANIMAL EN VITRINA.
- C) SOLO LOS ANIMALES EXÓTICOS SON DIFÍCILES DE CONSEGUIR.
- D) OTRA:

4.- ¿QUÉ ANIMAL(ES) LE GUSTARÍA TENER A LA VENTA?

- A) PERROS: CACHORROS (1.5 A 3 MESES), PASTOR ALEMÁN, ROTTWILLER, POODLE.
- B) GATOS:
- C) AVES:
- D) ROEDORES:
- E) REPTILES:
- F) PECES:
- G) ARÁCNIDOS:
- H) OTROS: