



58  
2ej.

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN

MERCADOTECNIA VETERINARIA.  
ELEMENTOS DE MERCADOTECNIA PARA  
LA INSTALACION DE UNA FARMACIA  
VETERINARIA EN EL MUNICIPIO DE  
TEOLOYUCAN, ESTADO DE MEXICO.

TRABAJO DE SEMINARIO  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISA  
P R E S E N T A:  
BLANCA ELOISA JIMENEZ RUBI

ASESOR: SERGIO CORTES Y HUERTA

CUAUTITLAN IZCALLI, ESTADO DE MEXICO.

1998

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

257756



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **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 está 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 CUAUTITLÁN  
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR  
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

U. N. A. M.  
ESTUDIOS  
SUPERIORES-CUAUTITLÁN



DEPARTAMENTO DE  
EXAMENES PROFESIONALES

DR. JAIME KELLER TORRES  
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLÁN  
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-Cuautilán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotecnia veterinaria. Elementos de mercadotecnia  
para la instalación de una farmacia veterinaria en el  
municipio de Teoloyucan Estado de México.

que presenta la pasante: Jiménez Rubí Blanca Eloísa,  
con número de cuenta: 8810120-0 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"

Cuautilán Izcalli, Edo. de México, a 22 de noviembre de 19 97

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
I	MC Luis Fernández Zorrilla	<i>[Firma]</i>
II	MC Antonio Ramón Herrera	<i>[Firma]</i>
IV	Lic. Aminta Silva Gómez	<i>[Firma]</i>

DEP/V0805EM

## **INDICE GENERAL**

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>Misión</b>	<b>2</b>
<b>organigrama</b>	<b>3</b>
<b>Descripción de puestos</b>	<b>4</b>
<b>Análisis situacional</b>	<b>5</b>
<b>Entorno externo</b>	<b>5</b>
<b>Problemas y oportunidades</b>	<b>7</b>
<b>Entorno interno</b>	<b>8</b>
<b>Fuerzas y debilidades</b>	<b>9</b>
<b>Análisis de la empresa</b>	<b>10</b>
<b>Objetivos y estrategias</b>	<b>12</b>
<b>Plan de acción</b>	<b>13</b>
<b>Presupuestos</b>	<b>16</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>24</b>

## INTRODUCCIÓN

En el municipio de Teoloyucan, el 11.24% de la población económicamente activa se dedica a la cría y explotación de las diferentes especies domésticas; en su mayoría son pequeños productores, o bien son personas dedicadas a la explotación de traspatio, los cuales por diversas razones, eventualmente solicitan los servicios del medico veterinario; sin embargo, hacen uso de productos que se expenden en farmacias veterinarias más de una vez en cada ciclo productivo.

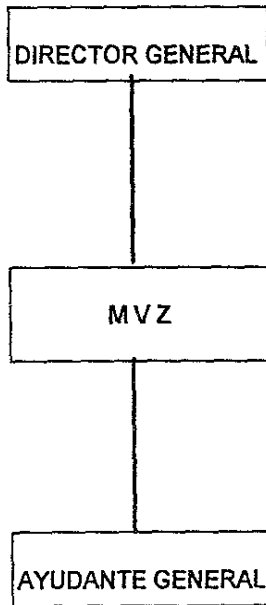
Al instalar una farmacia veterinaria se pretende poner a disposición de las personas: fármacos, biológicos, suplementos nutricionales, implementos y demás productos veterinarios, incluyendo asesoría médica y zootécnica con el fin de apoyar la actividad pecuaria de la comunidad.

Debido a que existen solamente 5 establecimientos bajo el rubro de farmacia veterinaria en todo el municipio, y ya que la comunidad se ha dedicado tradicionalmente a la explotación de los animales se puede pensar que es redituable la instalación de una farmacia veterinaria.

## M I S I O N

SATISFACER LAS NECESIDADES LOS CONSUMIDORES  
FACILITANDO LA ADQUISICION DE PRODUCTOS  
VETERINARIOS, PROPORCIONANDO UN SERVICIO DE  
CALIDAD PARA CONTRIBUIR CON LA PRODUCTIVIDAD Y  
MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA COMUNIDAD.

## ORGANIGRAMA



**DESCRIPCION DE PUESTO POR AREA DE  
RESULTADOS**

**Puesto: DIRECTOR GENERAL**

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
administración del negocio	planeación anual del negocio	desviación al plan original
	organización de recursos	objetivos alcanzados
	control de inventarios	productos caducados
contabilidad	elaboración de presupuestos	estados financieros
comercialización	selección de proveedores	adecuada línea de productos
servicio al cliente	elaborar base de datos	no. de clientes perdidos
capacitación	motivación y capacitación	no. de quejas

**Puesto: MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA**

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
comercialización	asesoría al cliente, venta de productos, cobranza	estado de resultados
servicio al cliente	atención, asesoría, devolución	clientes perdidos
capacitación	actualización técnica	clientes perdidos

**Puesto: AYUDANTE GENERAL**

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
imagen del negocio	mantener limpio el local y los productos organizados	no. de quejas
administración	tomar recados	no. quejas
comercialización	venta de ciertos productos	estado de resultados
apoyo técnico	sujeción de animales	tiempo de consulta



## ANALISIS SITUACIONAL

### ENTORNO EXTERNO

El municipio de Teoloyucan se localiza en el Valle de México, al norte del Distrito Federal y a 8 Km. de Cuautitlán. La cabecera municipal se encuentra a una altura de 2 400 m. sobre el nivel del mar.

Limita al norte con los municipios de Coyotepec y Zumpango, al sur con Tepotzatlán, Cuautitlán y Cuautitlán Izcalli, al este con Zumpango y al oeste con Tepotzatlán.

La extensión territorial del municipio es de 34.98 Km.cuadrados., está conformado por 17 barrios y 3 colonias.

El clima predominante de la región puede clasificarse como templado subhúmedo con lluvias en verano. La temperatura media es de 15 grados centígrados, la precipitación pluvial es de 46.2 mm., la primera helada se presenta comunmente en noviembre y la última es marzo.

Teoloyucan cuenta con una población eminentemente joven, ya que el 73% del total tiene menos de 30 años de edad. Se estima una tasa media anual de crecimiento de 3.5 %.

Cuenta con una población estimada de 57 000 habitantes, de los cuales 26 400 constituyen la población económicamente activa y de éstos 2 640 se dedican a actividades del sector primario.

En el municipio se cuenta con las siguientes especies y cantidades de ganado:

bovino (leche)	7 500
bovinos (carne)	550
porcinos	5 500
ovinos	6 500
caprinos	1 400
equinos	430
aves (engorda)	250 000
colmenas	136

MERCADO POTENCIAL: 3 200 habitantes

MERCADO DISPONIBLE: 2 640 habitantes

MERCADO META: 528 propietarios

## PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

AREA DE INFLUENCIA	PROBLEMA	PRIORIDAD
económico	bajo poder adquisitivo	3
social	falta de cultura	2
mercado	competencia desleal	5
social	idiosincracia	1
normatividad	permisos para funcionamiento	4

AREA DE INFLUENCIA	OPORTUNIDAD	PRIORIDAD
mercado	poca competencia	1
político	impulso del gobierno al sector primario	2
social	influencia cultural	3
administración	cercania con la FES-C	4
economía	necesidad de ingresos extras	5

## ENTORNO INTERNO

Mezcla de mercadotecnia.

- **Producto.**

**Características.** Estará ubicada en un lugar de fácil acceso, contará con los medicamentos de mayor demanda, se pondrá a disposición de los clientes alimentos balanceados, biológicos y demás productos que solicite el productor.

**Ventajas.** Los clientes no tendrán que trasladarse al centro del municipio (que es donde se localiza el mayor número de farmacias veterinarias) y obtendrán un mejor servicio que la competencia.

**Beneficios.** Ahorro en tiempo y dinero por concepto de transporte.

**Posicionamiento.** Será la farmacia donde se proporcionará el mejor servicio.

**Servicio.** Se planea dar un servicio de extraordinario a calificado.

- **Promoción.** Mediante mantas previo a la apertura.
- **Plaza.** venta directa en mostrador
- **Precio.** De acuerdo a las condiciones del mercado.

## FUERZAS Y DEBILIDADES

AREA DE GESTION	FUERZAS	PRIORIDAD
comercialización	calidad de servicio	1
administración	programa de capacitación	2
administración	sistema de administración	3
administración	conocimientos técnicos	4
administración	recursos humanos	5
administración	asesoría profesional	6

AREA DE GESTION	DEBILIDAD	PRIORIDAD
finanzas	nivel de endeudamiento	1
administración	falta de experiencia	2
administración	falta motivación del personal	3
administración	falta conocimientos específicos	4
comercialización	publicidad / promoción	5
administración	comunicación	6

## ANALISIS DE LA EMPRESA

PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACION
idiosincracia	desarrollar técnicas de comunicación
falta de cultura productiva	demostrar los beneficios económicos
bajo poder adquisitivo	promover la actividad pecuaria redituable
permisos de funcionamiento	obtención de asesoría
competencia desleal	optimizar el servicio para no perder clientes

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
poca competencia	abarcara un mayor porcentaje del mercado
impulso del gobierno al sector primario	ofrecer asesoría a clientes potenciales
influencia cultural	educar al cliente para que obtenga utilidades mediante la productividad
cercanía con la FES-C	actualización constante
necesidad de ingresos extras	fomentar la crianza de animales con fundamentos zootécnicos

FUERZA	POSIBLE APLICACION
calidad de servicio	posicionamiento en el mercado
programa de capacitación	mejoramiento del servicio
sistema de administración	aumento de la rentabilidad
conocimientos técnicos	producto ampliado: asesoría
recursos humanos	optimizar recursos
asesoria profesional	adoptar y mejorar el sistema de administración

DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCION
nivel de endeudamiento	crecer con capital propio	disminuir la deuda a la brevedad posible
falta de experiencia	desarrollo rápido del negocio	asesoría, capacitación
falta motivación al personal	rápida acreditación del negocio	insentivos, reconocimientos
falta de conocimientos específicos (inseminación artificial)	satisfacer una necesidad existente	tomar cursos de capacitación

## OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Objetivo	1. Implementar un sistema administrativo que se aplique durante 1998.
Estrategias	1.1 Analizar los procesos administrativos de otros negocios para mejorarlos y adaptarlos al propio.
	1.2 Poner en práctica los conocimientos administrativos adquiridos en el seminario de mercadotecnia.

Objetivo	2. Alcanzar al menos el 60% del mercado meta en un año
Estrategias	2.1 Publicitar durante los primeros tres meses de iniciado el negocio
	2.2 Promocionar productos una vez al mes durante 6 meses
	2.3 Dar pláticas a los pequeños productores

Objetivo	3. Disminuir la deuda por lo menos a un 50% en un año
Estrategias	3.1 Destinar el 40% de las utilidades a un fondo bancario
	3.2 Ampliar los servicios para aumentar las utilidades



## PLAN DE ACCION

PLAN DE ACCION	FECHA INICIO	FECHA TERMINO	RESPONSABLE
1.1.a) Observar y describir los procesos administrativos de los negocios seleccionados	5-I-98	10-I-98	Director general
1.1.b) Analizar cada sistema de administración e intrgrar uno sólo, adaptar al negocio	11-I-98	13-I-98	Director general
1.2.a) Comparar las notas de seminario con la descripción de los negocios para realizar las mejoras necesarias (apoyarse en bibliografía)	11-I-98	13-I-98	Director general

NOTA: en relación con los objetivos y estrategias señalados.

PLAN DE ACCION	FECHA INICIO	FECHA TERMINO	RESPONSABLE
2.1.a ) Diseñar el texto,colores y estructura del mensaje publicitario.	4-I-98	6-I-98	Director general
2.1.b) Mandar rotular 5 mantas anunciando la inauguración del negocio	7-I-98	14-I-98	Director general
2.1.c) Ubicar las mantas en lugares de mayor afluencia	15-I-98	17-I-98	Director general
2.1.d) Checar que las mantas permanezcan legibles, de lo contrario reemplazarlas	16-I-98	16-I-98	Director general
2.2.a) Determinar qué producto y que días lanzar la promoción.	10-I-98	11-I-98	Directpr general
2.2.b) Incentivar la compra utilizando la promoción	periodos establecidos cada mes	periodos establecidos cada mes	M. V. Z.
2.3.a) Seleccionar un grupo de pequeños productores con un problema común y elegir el tema de plática en base al problema	7-III-98	12-III-98	Director general

PLAN DE ACCION	FECHA INICIO	FECHA TERMINO	RESPONSABLE
3.1.a) Abrir una cuenta bancaria y abonar cada mes el 40% de las utilidades	30-I-98	30-XII-98	Director general
3.2.a) Tomar el curso de Inseminación en vacas	julio 1998	julio 1998	M. V .Z.





SERVICIO		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		
		UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	
PRESTACION	PRECIO UNITARIO	15	38	15	225	21	315	27	555	20	300	15	225	13	270	30	450	17	255	5	75	11	195	16	270	
prestacion dem.		25	20	500	13	325	16	450	27	675	13	375	18	450	15	375	23	575	17	425	11	375	15	375	21	525
prestacion dem.		110	5	550	2	220	1	110	6	660	3	330	1	110	3	330	0	0	3	330	2	220	1	110	3	330
prestacion dem.		45	15	675	9	405	2	68	18	810	5	225	3	135	7	315	3	135	5	225	4	180	0	0	8	405
prestacion dem.		50	5	250	0	0	0	5	250	0	0	0	0	0	0	0	2	100	1	50	7	350	1	50	3	150
prestacion dem.		25	22	550	31	1395	26	1170	21	845	20	1260	33	1485	25	1125	15	540	15	675	32	1440	30	1350	25	1125
prestacion dem.		25	18	450	11	385	9	315	10	350	9	315	18	630	9	315	15	525	17	595	7	245	12	420	21	735
prestacion dem.		50	21	1050	27	1020	11	550	21	840	10	600	20	1200	30	1800	18	1080	9	540	12	720	12	720	17	1020
TOTAL				5425		4575		3260		5505		3955		4535		4530		3495		3095		3505		3220		4590
Total # unit \$5570																										

SERVICIO	PRECIO UNITARIO	1988																							
		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
		UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR
prestacion lech	3	36	114	15	45	21	63	37	111	20	60	15	45	18	54	20	60	17	51	5	15	13	39	19	54
desparas bov	5	20	100	13	65	18	90	27	135	13	65	18	90	15	75	23	115	17	85	11	55	15	75	21	105
inoculantes bov	50	5	250	2	100	1	50	6	300	3	150	1	50	3	150	0	0	3	150	2	100	1	50	3	150
desparas can	10	15	150	9	90	2	20	16	160	5	50	3	30	7	70	3	30	5	50	4	40	0	0	9	90
vacunas can	5	5	25	0	0	0	0	5	25	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	7	35	1	5	3	15
esteriliz can	25	22	550	31	775	26	650	21	525	28	700	33	825	25	625	12	300	15	375	32	800	30	750	25	625
vacunas ovin	6	15	90	11	66	9	54	10	60	9	54	18	108	9	54	15	90	17	102	7	42	12	72	21	126
consultas ovin	15	21	315	27	405	11	165	21	315	10	150	20	300	30	450	19	270	9	135	12	180	12	180	17	255
TOTAL			1812		1548		1107		1651		1229		1472		1473		805		953		1757		1171		1400
total anual 1987																									

ESTIMADO  
 1988  
 11/11/87

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION																									
CONCEPTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		
		3		3		3		3		3		3		3		3		3		3		3		3	
sueldo		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6		0.6	
renta		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08		0.08	
luz		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
asesorias		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
licencias		0.4		0		0		0		0		0		0.3		0		0		0		0		0	
papelaria		0.3		0		0		0		0		0		0		0.3		0		0		0		0	
capacitación		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0	
publicidad*		0.1		0.1		0.1		0.1		0		0		0.7		0		0		0		0		0	
TOTAL	4.48		3.76		3.98		3.68		3.98		4.58		3.98		3.98		3.68		3.68		3.68		3.68		3.68



PRESUPUESTO DE INVERSIONES												1998			000		
CONCEPTO	1998											NOVIEMBR	DICIEMBRE				
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR	OCTUBRE							
Mostrador	1.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
bascula	0.75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
sillas	0.25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
anaqueles	0.5	0.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
escritorio	0.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
refrigerador	2.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
TOTAL	6	0.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	1998												000
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
salida en bancos	3.5	15.5738	18.0658	19.9108	23.182	24.9512	27.229	29.4214	30.8892	32.437	33.9212	35.5512	
INGRESOS													
ventas	12.526	12.505	11.687	11.192	11.044	10.734	12.282	9.85	10.353	10.398	10.942	9.868	
efectos	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
servicios	5.425	4.575	3.28	5.505	3.355	4.535	4.53	3.405	3.085	3.505	3.22	4.56	
SUMA RANCOS-INGRE	36.451	37.6538	33.0128	36.6078	37.591	40.2302	44.041	42.6764	44.3772	46.34	48.0932	49.9992	
EGRESOS													
gastos	4.48	3.78	3.78	3.98	3.68	3.98	4.58	3.98	3.68	3.68	3.68	3.68	
costos	10.3972	10.308	9.322	9.4458	8.9498	9.0112	10.0396	7.8072	8.2202	8.5388	8.852	8.3652	
Inversiones	6	0.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SUMA DE EGRESOS	20.872	14.588	13.102	13.4258	12.6298	12.9912	14.6196	11.7872	11.9002	12.4188	12.532	12.0452	
SALDO	15.5738	18.0658	19.9108	23.182	24.9512	27.229	29.4214	30.8892	32.437	33.9212	35.5512	37.954	

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO												
CONCEPTO	1998											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	000
ventas	12,526	12,506	11,687	11,192	11,044	10,734	12,282	9,85	10,353	10,398	10,942	9,886
servicios	5,475	4,575	3,26	5,505	3,355	4,535	4,53	3,405	3,095	3,505	3,22	4,56
suma	17,951	17,09	14,947	16,697	14,399	15,269	16,812	13,255	13,448	13,903	14,162	14,448
menos												
costo de ventas	8,7652	8,762	8,215	7,7948	7,7208	7,5332	8,5616	6,9022	7,2872	7,2718	7,681	6,9452
costo de servicios	1,612	1,546	1,107	1,651	1,229	1,478	1,478	0,905	0,953	1,267	1,171	1,42
suma	10,3872	10,308	9,322	9,4458	8,9499	9,0112	10,0396	7,8072	8,2402	8,5386	8,852	8,3652
igual												
utilidad bruta	7,5538	6,772	5,625	7,2512	5,4492	6,2578	6,7724	5,4478	5,2278	5,3642	5,31	6,0828
menos												
gastos de admon.	4,48	3,78	3,78	3,98	3,68	3,98	4,58	3,98	3,68	3,88	3,88	3,68
igual												
utilidad neta **	3,0738	2,992	1,845	3,2712	1,7692	2,2778	2,1924	1,4678	1,5478	1,4842	1,63	2,4028
porcentaje sobre venta	17.12	17.52	12.34	19.59	12.29	14.92	13.04	11.07	11.51	10.68	11.51	16.63
** antes de impuestos												

## BIBLIOGRAFIA

- H. Ayuntamiento Constitucional de Teoloyucan, Edo. de México; PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 1997-2000.
- INEGI; ANUARIO ESTADISTICO DEL ESTADO DE MEXICO.1994. Estado de México.
- Romero H. C; MONOGRAFIA MUNICIPAL DE TEOLOYUCAN; TESIS Editada en 1994 ENEP-I. UNAM.