



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN

"MERCADOTECNIA VETERINARIA: ELEMENTOS BASICOS DE  
MERCADOTECNIA EN LA INSTALACION DE FARMACIA  
VETERINARIA EN LA REGION DE ZUMPANGO"

TRABAJO DE SEMINARIO  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA  
P R E S E N T A  
EDMUNDO SORIANO RIVERO  
ASESOR MVZ. SERGIO CORTES Y HUERTA

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO DE MEX

1997<sup>8</sup>

25-7764.

FESIS CON  
LLA DE ORIGEN



## **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 ADMINISTRACIÓN ESCOLAR  
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN



DEPARTAMENTO DE EXÁMENES 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-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotecnia Veterinaria  
"Elementos Básicos de Mercadotecnia en la  
Instalación de Farmacia Veterinaria en -  
la Región de Zumpango"

que presenta el pasante: Edmundo Soriano Rivero  
con número de cuenta: 8356129-4 para obtener el Título de:  
Médico Veterinario Zootecnista

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

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 2 de Diciembre de 19 97

MODULO:	PROFESOR:	FERMA:
I	á.C. <u>Luis Fernández Zorrilla</u>	
II	M.C. <u>Antonio Ramón Herrera</u>	
IV	Lic. <u>Aminta Silva Gómez</u>	

DEP/VOBOSEM

# INDICE

	Pág.
1 Introducción	1
2 Misión.	3
3 Organigrama.	4
4 Descripción de Puestos por área de Resultados	5
5 Análisis Situacional (Entorno Externo)	6
6 Estudio de Mercado	9
7. Problemas y Oportunidades	10
8 Entorno Interno	11
9 Fuerzas y Debilidades	12
10 Objetivos y Estrategias	13
11 Presupuestos	17
12. Conclusiones	22
13 Bibliografía.	23

## INTRODUCCION

La Ganadería al ser una de las actividades primarias más importantes para la alimentación humana a nivel general, también representa un factor económico complementario junto con otras actividades para la población de pocos recursos pertenecientes a regiones rurales o suburbanas, en donde la gente cría sus animales en su mayoría como explotaciones de traspaño, éste es el caso de la región de Zumpango, Estado de México, en donde la mayor parte del ganado se explota de esta forma, es por eso que pienso que al instalar una farmacia veterinaria en este Municipio, me dará resultado como negocio.

La farmacia estará ubicada en un local comercial del Mercado Municipal de éste lugar, en donde se cuenta con factores importantes que ayudarán a que este negocio funcione, y prolifere como tal, entre los cuales podemos mencionar algunos

- El lugar es uno de los más grandes del Estado de México, por lo cual tiene un amplio número de negocios diversos lo que hace sea atractivo que exista afluencia constante de gente.
- El Servicio de transporte es constante durante la mayoría del día, éste proviene de todas las partes aledañas al lugar debido a que Zumpango es Cabecera Municipal y Distrital.
- Cuenta con tres terminales de transporte
- El lugar tiene un amplio estacionamiento en toda su periferia dando comodidad a los clientes, que llegan en su vehículo a realizar sus compras.

- El local se encuentra en el exterior del mercado en un lugar muy visible con área de estacionamiento y vía de comunicación inmediata
- Los días viernes se efectúa un Tianguis muy grande en una área frente al lugar donde estará el negocio, en donde asiste una gran afluencia de gente
- En esa área del Mercado se localizan dos forrajearas que se dedican a la venta de alimentos balanceados y semillas, las cuales se observa que venden muy bien, por tal razón la farmacia funcionaría como un negocio complementario a las actividades de éstos negocios, aumentando la afluencia de clientes que crían animales

Por éstos y otros factores más, el establecimiento de una farmacia veterinaria en ese lugar dará resultados satisfactorios como negocio

El servicio que se ofrecerá a los clientes en el negocio es, la venta directa en mostrador de productos veterinarios en general, teniendo como visión, llegar a ser una distribuidora de éstos productos a mayoreo, o establecer una cadena de farmacias veterinarias en otros lugares

## **MISION**

### **FARMACIA VETERINARIA**

"FOMENTAR EL DESARROLLO SANO DE LOS ANIMALES DOMESTICOS, PARA MEJORAR SU APROVECHAMIENTO EN BENEFICIO DE SUS DUEÑOS, MEDIANTE LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS VETERINARIOS"

# DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREAS DE RESULTADO

## FARMACIA VETERINARIA

<b>Areas de resultado</b>	<b>Responsabilidades</b>	<b>Parámetros</b>
Administración del negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura y Cierre del Negocio</li> <li>• Cumplimiento del horario</li> <li>• Corte de Caja diario</li> <li>• Depósitos en Banco semanal</li> <li>• Supervisión del Personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento en ventas</li> <li>• Número de Quejas</li> <li>• Faltantes y Sobrantes</li> <li>• Efectivo acumulado</li> <li>• No de Quejas por mala atención al cliente</li> </ul>
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de productos</li> <li>• Actualización de listas de precios</li> <li>• Campaña de Promoción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad, precio y utilidad</li> <li>• Cada cambio de precio</li> <li>• No. de clientes atendidos</li> </ul>
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de los clientes</li> <li>• Establecimiento de créditos</li> <li>• Cobranzas de créditos</li> <li>• Pago de facturas</li> <li>• Compra y venta de productos</li> <li>• Atención personal</li> <li>• Asesoría</li> <li>• Formalidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por su volumen de compra</li> <li>• Por su lealtad en la compra y tiempo de ser cliente</li> <li>• Política establecida quincenal, mensual</li> <li>• De acuerdo al No de veces que se vende</li> <li>• Clientes perdidos</li> <li>• Devolución o quejas</li> <li>• Por el No de pedidos o servicio</li> </ul>



## ANÁLISIS SITUACIONAL

### ENTORNO EXTERNO

El Municipio de Zumpango se localiza al norte del Estado de México (zona centro de la República Mexicana), a 60 kms. de distancia de la Ciudad de México y 120 kms de Toluca

GEOGRÁFICAMENTE SUS COORDENADAS EXTREMAS SON

Máximas 19° 55' 00" Lat Norte y 099° 11' 35" Long Oeste

Mínimas 19° 43' 12" Lat Norte y 098° 58' 13" Long Oeste

Con una extensión territorial de 244,08 Km<sup>2</sup> en donde el 50% de ésta superficie es plana con una altitud de 2250 m s n m

El tipo de suelo, en su mayoría, es mixto propicio para la agricultura de temporal y riego, el clima es templado con una temperatura, máxima de 31° C y una mínima de 2.3° C, con una media anual de 14.18° C.

El Municipio cuenta con un área total de 244,408 39 hectáreas de las cuales 184,432 23 (75%) se destinan a la agricultura 5,999 hectáreas al cultivo y 2,198 63 hectáreas a la cría de ganado bovino, porcino y aves principalmente.

Un 50% de los recursos naturales con que cuenta el Municipio se destinan a fines agrícolas, es por su potencial agropecuario, y su ubicación geográfica, debido a la cercanía con la Ciudad de México y su área conurbada que cuenta con un mercado consumidor alto,

Cuenta con una población total de 95.000 habitantes, de los cuales 18699 habitantes corresponden a la población ocupada y de ellos 2.426 desarrollan actividades agrícolas y ganaderas, representando un 13% de la población económicamente activa, encontrándose en el tercer lugar de las actividades después del comercio y servicios industriales.

Una de las políticas del Gobierno actual, es impulsar la rehabilitación del campo con la implementación de un sistema de riego relacionado a la laguna, favoreciendo con esto, en forma directa a la ganadería en general, considerando ésta política como una de las más importantes.

La actividad ganadera se realiza en 2,198 63 hectáreas, de las cuales 1,219 01 hectareas son ganaderas extensivas.

La reproducción se concreta en ovinos con 5,980 cabezas que representa el 8% de la producción total pecuaria, bovinos y aves para carne y huevo.

Durante los últimos años el gobierno ha promovido la modernización del campo y la ganadería en Zumpango tienen una tendencia a el aumento paulatino.

## EXISTENCIAS DE GANADO POR ESPECIE EN 1991

GANADO	CABEZAS
BOVINO (LECHE)	10,412
Bovino (CARNE)	1,000
Caprinos	1,891
Ovinos	14,681
Porcinos	16,603
Equinos	2,769
Aves de postura	958,642
Aves de engorda	958,642

Actualmente existen 87 Ranchos y Granjas ubicados dentro de su extensión territorial y 20 Delegaciones, las cuales en su mayoría corresponden a una población, en donde la familia cuenta con animales, generalmente especies pequeñas como borregos, cabras, aves, perros y gatos.

En la actualidad el sector agropecuario, ha tenido un aumento, estos gracias al apoyo del gobierno y a la ubicación geográfica del lugar que brindan todas las condiciones necesarias para la crianza de diversas especies de ganado.

Todo lo anterior indica que existe un mercado potencial amplio para el negocio de venta de productos veterinarios, el cual se desglosa de la siguiente forma, según los datos numéricos adquiridos en el estudio anterior.

## ESTUDIO DE MERCADO

Mercado potencial	2,426 Habitantes que crían animales
Mercado disponible	1.213 Habitantes que consumen productos veterinarios y utilizan servicios médicos
Mercado Meta	242 Habitantes que crían animales y comprarán en el negocio

## ANALISIS DEL ENTORNO EXTERNO

SECTOR	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
MERCADO	<p>Las vías de comunicación son excelentes para el acceso al negocio</p> <p>La competencia realiza un servicio de atención al cliente deficiente</p> <p>Mucha gente cría diferentes animales por ser una área rural que lo permite.</p> <p>El número de granjas y ranchos, es alto, por lo cual puede significar un mercado atractivo</p>	<p>El intermediarismo de los mayoristas en la distribución de medicamentos en la mayor parte de explotaciones pecuarias grandes</p> <p>Los laboratorios de mayor prestigio sólo trabajan con distribuidoras.</p> <p>La existencia de mayoristas repartidores de alimento a domicilio</p> <p>La existencia de nueve farmacias en la zona.</p> <p>La variación de precios</p>
NORMATIVIDAD	<p>El gobierno está impulsando la ganadería a través de programas agropecuarios</p>	
ECONOMICOS	<p>La existencia de productos extranjeros a más bajo costo.</p>	<p>La depreciación del ganado, hace que el número de animales sea menor</p>

## ENTORNO INTERNO

La farmacia estará ubicada en un local con un espacio de 18 m<sup>2</sup> y una bodega como complemento en un local cercano ubicado en el mismo mercado.

Se ofrecerá la mayor parte de productos necesarios para el bienestar animal y de alta calidad

Los productos se distribuirán en venta directa en el mostrador y en casos necesarios a domicilio

Precios competitivos y accesibles para el cliente y de acuerdo a sus necesidades.

Se ofrecerá asesoría técnica a todos los clientes que lo requieran dando un buen servicio de atención rápida y amable.

El negocio consta de la comodidad de estacionamiento amplio al frente, buena ubicación, vías de acceso inmediatas, rápidas y amplias

Cuenta con servicio de teléfono público

**ENTORNO INTERNO**  
(Análisis de la Empresa)

<b>AREA</b>	<b>FUERZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
FINANZAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con el recurso para iniciar el negocio</li> <li>• Se cuenta con un local para el establecimiento de la empresa</li> <li>• Existencia de 2 vehículos de carga, propios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El no contar con el recurso suficiente para poder tener una variedad de productos</li> </ul>
ADMINISTRACION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede dar servicio a domicilio</li> <li>• La excelente ubicación del local, en el Mercado</li> <li>• Se cuenta con experiencia para atender una empresa de este tipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es difícil poder tener un control sobre inventario</li> <li>• Auxiliares no tienen conocimientos básicos de Veterinaria</li> <li>• No se tiene conocimiento sobre computación.</li> </ul>
COMERCIALIZACION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio médico y atención personal</li> <li>• Servicio a Domicilio</li> <li>• Precios competitivos</li> <li>• Conocimiento de la clientela</li> <li>• El lugar es muy concurrido por estar ubicado en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventarios menor y con un surtido más limitado que la competencia</li> </ul>

## OBJETIVOS

Objetivo I: Alcanzar una venta mínima mensual de 200,000 00 al término del mes de Diciembre con una utilidad bruta mínima del 25%.

Estrategia I 1 I.1 Conocimiento y clasificación de los clientes	Responsable	Fecha Inicio	Fecha Término
Acciones I.1.1 Mediante análisis de Volumen de compra I.1.2 Analisis de productos que compra I.1.3 Detectar quien compra y a quien decide la compra I.1.4 Conocer tipo de ganado que tiene el cliente.	Gerente G  G. G G. G  G G	Constante  Constante Constante  Constante	
Estrategia I 2 Selección de productos para la venta tomando en cuenta diversos criterios			
I.2.1 Selección de Productos para la venta I.2.2 Seleccionar productos de mayor venta I.2.3 Seleccionar productos con mayor margen de utilidad	G G  G G  G G	Constante  Constante  Constante	
Estrategia I.3 Se brindará un servicio bueno y eficiente			
I.3.1 Apertura del negocio durante todo el día y todos los días del año I.3.2 Ofrecimiento de los productos que cumplan la necesidad del cliente en calidad, cantidad y precio I.3.3 Atención personal rápida y amable	G G. Auxiliares  G. G. Auxiliares  G G. Auxiliares	Constante  Constante  Constante	



Estrategia 1.4		Responsable	Fecha Inicio	Fecha Terminó
Clasificación de proveedores en base a diferentes criterios				
1.4.1	Por la eficiencia de su servicio	G. G.	Ene-Feb  Constante	
1.4.2	Por el porcentaje de descuento	G. G.		
1.4.3	Por el No de días de Crédito	G. G.		
1.4.4	Por la variedad de productos y calidad de los mismos	G. G.		
1.4.5	Por el mejor precio	G. G.		
1.4.6	Por el prestigio de su marca	G. G.		

Objetivo 2. Establecer un sistema administrativo permanente que nos permita el manejo de un inventario mensual y con ello se mejore una utilidad mínima de 20% antes de impuesto

Estrategia 2.1		Responsable	Fecha Inicio	Fecha Terminó
Organización del sistema				
2.1.1	Compra de un equipo de computo	G. G.	Julio 98	Constante
2.1.2	Contrato de un técnico en computación	G.G.	Julio 98	
2.1.3	Establecimiento del sistema	T. C.	Julio 98	
Estrategia 2.2				
Diseño del programa de control				
2.2.1	Control de compras	T. C.	Constante	
2.2.2	Control de ventas	T. C.	Constante	
2.2.3	Entradas y salidas de efectivo	T. C.	Constante	
2.2.4	Control de gastos	T. C.	Constante	
2.2.5	Manejo de inventarios	T. C.	Constante	
2.2.6	Información general	T. C.	Constante	
Estrategia 2.3		Responsable	Fecha Inicio	Fecha Terminó
Desarrollo de un programa enfocado a la mejora de eficiencia de la empresa				

2.3.1	Incremento de ventas	G G	Constante
2.3.2	Reducción de inventarios	G G	Constante
2.3.3	Seleccionar productos estrella	G G	Constante
2.3.4	Mejorar la rentabilidad de la empresa	G G.	Constante
2.3.5	Alcanzar una liquidez constante	G G	Constante
2.3.6	Programa de reducción de gastos	G G	Constante

Objetivo 3: Se establecerá una campaña de promoción en el mes de julio enfocada a 80 médicos veterinarios de la región y 94 ranchos y granjas de la región

Estrategia 3 1		Responsable	Fecha Inicio	Fecha Terminó
Visita a la Asociación de Médicos Veterinarios de la Región de Zumpango				
3.3.1	Se ofrecerá el servicio y un % de descuento en sus compras	G G	Julio 98	Junio 98
3.3.2	A médicos conocidos se les ofrecerá crédito	G G		
Estrategia 3 2				
Visita a granjas y ranchos de la región				
3.2.1	Ofrecimiento de servicios y descuentos en sus compras	G G.	Julio 98	Junio 98
3.2.2	Distribución de artículos promocionales	G.G.	Julio 98	Junio 98

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

CONCEPTO	ENE <sup>000</sup>	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL <sup>000</sup>
REFRIGERADOR	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25
BASCULA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
EQUIPO DE ALMACEN	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
MOSTRADOR	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15
LOCAL	80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80
CRIADORA	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15
LINEA TELEFONICA	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25
CAMIONETA 1 TON.	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40
CAMIONETAS 4 TON.	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	45
ARCHIVERO	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
EQUIPO DE COMPUTO	0	0	0	0	0	0	15 <sup>000</sup>	0	0	0	0	0	15
TOTAL	180	0	0	0	0	0	15	0	0	0	0	0	195

PROYECTO: ENERO-DICIEMBRE DE 1998

FECHA: DICIEMBRE 1997

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SUELDO	9630	9630	9630	9630	9630	9630	11230	11230	11230	11230	11230	11230	125160
PRESTACIONES 30%	720	720	720	720	720	720	1200	1200	1200	1200	1200	1200	11520
RENTA	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
TELEFONO	700	700	700	700	700	700	900	900	900	1000	1000	1000	9900
LUZ	150	150	150	150	150	150	200	200	200	200	200	200	2100
GASOLINA	2000	2000	2000	2000	2500	2500	2500	2500	3000	3000	3000	3000	30000
FLETES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
ASESORIAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
VIATICOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
LICENCIAS	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2160
SERVICIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
LIMPIEZA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
PAPELERIA	100	100	100	100	100	100	250	250	250	250	250	250	2100
REPARACIONES	-	-	1000	500	-	500	1000	1000	1000	200	-	1000	5200
PROMOCION	-	-	-	-	-	-	10000	-	-	-	5000	-	15000
TOTAL	14380	14380	15380	14880	14880	15380	28360	17360	18860	18160	22960	18960	213940

PROYECTO: ENERO-DICIEMBRE 1998

FECHA: DICIEMBRE 1997

PRESUPUESTO COSTO (VALORES)

RUBRO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMB	DICIEMBRE	TOTAL
ALIMENTOS Y FORRAJES	68990	71532	73010	85241	91086	93681	105344	113044	119609	128487	135847	150140	129800
MASCOTAS E IMPLEMENTOS	10773	10503	9511	11192	13005	16627	15795	16439	15836	15735	17212	18568	17121
LABORATORIO LAPISA	4087	3830	4138	4491	5618	7309	6229	5902	6426	6004	5761	6531	6640
LAB ARANDA	2397	2196	2353	2552	3092	4127	3609	3047	3718	4432	3856	4602	4040
FORT DODGE	3468	3548	3251	3485	4185	4945	4795	4313	4680	4563	5105	5094	5141
OTROS LAB	5378	5275	5659	5840	6087	7530	7222	7134	6668	6454	6264	6524	7600
SERVICIOS	1841	1761	2153	2482	2572	3386	3196	3508	3398	3558	3638	3453	3460
TOTAL	96964	96645	100115	116293	125645	137555	147320	153687	160615	169233	177483	185112	167800

PROYECTO AÑO DE 1998

FECHA DICIEMBRE '97

PRESUPUESTO DE VENTA (VALORES)

RUBRO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
ALIMENTOS Y FORRAJES	83150	84612	86230	108397	112106	115796	125749	133719	141949	152057	165342	177685	1487000
MASCOTAS E IMPLEMENTOS	14115	14427	13863	15539	18139	23213	22094	23043	22122	21942	24267	26279	23879
LABORATORIO LAPISA	5773	5427	5996	6341	7914	10404	8941	8475	9264	9649	8240	9417	942
LAB ARANDA	4129	3651	4163	4525	5280	7080	6533	5941	6453	7497	6778	7735	695
FORT DODGE	5366	5444	5079	5404	6433	7557	7309	6668	7196	7048	7977	7881	797
OTROS LAB	7572	6825	7976	8217	8569	10529	10094	10028	9403	9103	8723	9081	1061
SERVICIOS	4471	4576	5184	5790	6405	8036	7606	8449	8339	8909	8644	8509	846
TOTAL	124579	125362	127681	154263	164680	182595	188326	196323	204726	214905	226871	246387	21600

PROYECTO AÑO DE 1966

FECHA DICIEMBRE '67

RECEIVED  
 DEPT. OF AGRICULTURE  
 WASHINGTON, D. C.  
 1967

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	124579	125362	127681	154263	164880	182595	188326	196323	204726	214905	229871	246587	2160098
MENOS													
COSTO DE VENTAS	96964	98845	100115	116293	125845	137555	147320	153687	160615	169233	177483	195112	1678667
IGUAL													
UTILIDAD BRUTA	27615	26717	27566	37970	39235	45040	41006	42636	44111	45672	52388	51475	481431
MENOS													
GASTOS DE ADMON.	14380	14380	15380	14880	14880	15380	28360	17360	18860	18160	22960	18960	213940
PORCENTAJE SOBRE VENTA	11.54%	11.47%	12.04%	9.64%	9.02%	8.42%	15.05%	8.84%	9.21%	8.45%	9.98%	7.68%	9.90%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMP	13235	12337	12186	23090	24355	29660	12646	25276	25251	27512	29428	32515	267491
PORCENTAJE SOBRE VENTA	10.62%	9.84%	9.54%	14.96%	14.77%	16.24%	6.71%	12.87%	12.33%	12.80%	12.80%	13.18%	12.38%

PROYECTO: ENERO-DICIEMBRE 1988

FECHA: DICIEMBRE 1987

PRESUPUESTO DE FLUJO EFECTIVO

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC	SUMA
SALDO BANCOS	30000	43235	45572	47758	58848	68203	82863	65509	75785	66036	98548	112976	815333
INGRESOS													
VENTAS	124579	125362	127681	154263	164860	182595	188326	196323	204726	214905	229871	246587	2160098
SUMA BANCOS-ING.	154579	168597	173253	202021	223728	250798	271189	261832	280511	300941	328419	359563	2975431
EGRESOS													
GASTOS	14380	14380	15380	14880	14880	15380	28360	17360	18860	18160	22960	18960	213940
COSTOS	96964	98645	100115	116293	125645	137555	147320	153687	160615	169233	177483	195112	1678667
RETIRO DE UTILIDAD		10000	10000	10000	12000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	147000
SUMA DE EGRESOS	111344	123025	125495	143173	155525	167935	205680	186047	194475	202393	215443	229072	2059607
SALDO	43235	45572	47758	58848	68203	82863	65509	75785	86036	98548	112976	130491	915824

PROYECTO: ENERO-DICIEMBRE 1998

FECHA: DICIEMBRE 1997



## CONCLUSIONES

- ◆ El negocio de Farmacia Veterinaria es rentable ya que permite tener utilidades desde el primer mes en función
- ◆ Los gastos se pueden reducir aún más incrementando la utilidad en base a la optimización de recursos
- ◆ Como el negocio consiste en la compra y venta de productos veterinarios terminados con una caducidad amplia tiene un margen de perdidas casi nula haciéndola más rentable
- ◆ La utilidad bruta es alta la cual se puede mejorar incrementando el volumen de compra y obtener mayor porcentaje de descuento
- ◆ La empresa proyectada puede ser líder debido a que se encuentra ubicada en un sitio estratégico a diferencia de todas las demás
- ◆ Se pueden seleccionar productos y proyectarlos como productos estrella siempre y cuando se tengan conocimientos sobre el tipo de cliente que se este tratando
- ◆ El mercado meta contemplado es mínimo pudiendo tener un incremento constante mediante el establecimiento de políticas encaminadas siempre a brindar un servicio de calidad total

## BIBLIOGRAFIA

- ◆ Gobierno del Estado de México, H. Ayuntamiento de Zumpango Plan de Desarrollo Municipal 1997-2000. Zumpango, Méx. Abril 30 de 1997
- ◆ De las casas de M. C Planeación Estratégica Seminario en Mercadotecnia Veterinaria UNAM 1997.
- ◆ Listas de Precios Actualizadas de Laboratorios, Distribuidoras y Fabricas de alimentos de Uso Veterinario. 1997.
- ◆ Rosentein Ster. Prontuario de Especialidades Veterinarias 15 Ed , P L M S.A De C V. 1997.
- ◆ Mercado Estadístico S.C. Directorio de Medicina Veterinaria y Zootécnia Banda Impresores, S.A. 1ª Ed., 1997