



34
2ej.
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLÁN

MERCADOTECNIA VETERINARIA

“ELEMENTOS BÁSICOS DE MERCADOTÉCNIA
PARA LA INSTALACIÓN DE UNA CLÍNICA
VETERINARIA EN CUAUTITLÁN”

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA
P R E S E N T A:
YADIRA GARCÍA GONZÁLEZ

ASESORES: M.V.Z. SERGIO CORTÉS Y HUERTA
M.V.Z. CARLOS MANUEL APPENDINI TAZZER

CUAUTITLÁN IZCALLI, EDO. DE MÉXICO 1998.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

256728



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).

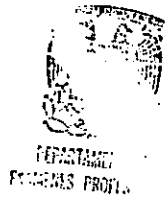
El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

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

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



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 Mercado-
tecnia para la instalación de una Clínica Veterinaria en
Cuautitlán.

que presenta la pasante: Yadira García González
con número de cuenta: 9156656-8 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.

A T E N T A M E N T E .

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 21 de Noviembre de 1997

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

DEP/V0805EM

A DIOS

Por haberme permitido vivir y llegar a realizar una de mis más grandes metas..

A MIS PADRES

RAYMUNDO Y MARGARITA.

Con eterna gratitud dedico este texto, como tributo al gran amor que siento por ellos, los quiero.

A MIS HERMANOS

ERICK, HOMERO, ARACELI, EDNA, HIRAM Y ALEYDA.

Con mucho cariño y como ejemplo a seguir, siempre actuando de buena fe y con esperanza.

A TODOS MIS AMIGOS

Con los cuales compartí momentos imborrables y a los que siempre estuvieron conmigo en las buenas y las malas.

A MANUEL

Con quien compartí, comparto y compartiré, gran parte de mi vida. Siempre estarás conmigo ya sea física o espiritualmente. Te amo.

INDICE

	Pag.
Introducción	1, 2
Misión	3
Visión	4
Organigrama	5
Hipótesis internas	6
Descripción de puestos	7
Descripción de puestos	8
Análisis Situacional (Entorno externo)	9
Oportunidades y problemas	10
Análisis situacional (Entorno interno)	11
Fuerzas y debilidades	12
Oportunidades - Acción de Desarrollo	13
Problemas - Posible mitigación	14
Fuerza - Posible aplicación	15
Debilidad - Qué impide - Corrección	16
Objetivos	17, 18
Presupuesto de inversión	19, 20, 21
Presupuesto de Gastos de Admon.	22
Presupuesto de Ventas (Productos)	23

Presupuesto de Costo de Ventas	24
Presupuesto de Ventas (Servicios)	25
Presupuesto de Costos (Servicios)	26
Estado de Resultados Proyectado	27
Presupuesto de flujo efectivo	28
Información Básica Interna	29
Conclusiones	30
Glosario de Términos	31, 32
Bibliografía	33

INTRODUCCIÓN

Dentro de los principales problemas a los que se enfrenta la práctica de la Medicina Veterinaria, es la educación a la población en cuanto a la responsabilidad de tener y cuidar a sus mascotas, esto incluye tanto medicina preventiva, como terapéutica.

Otro aspecto de vital importancia es lo relacionado a la zoonosis mortal más importante que es el problema de la rabia urbana. Aunque existen entidades gubernamentales las cuales vigilan más de cerca éste problema, a nosotros como médicos, nos toca contrarrestar éste problema.

Otra labor muy importante es el control de la reproducción canina y felina, por lo que es importante ofrecer a la población alternativas con las cuales puedan conservar a sus mascotas por más tiempo, sin la necesidad de alargar la manutención de ellas.

La Clínica de pequeñas especies es una de las que ha requerido y tiene mayor especialización del médico, llegando en algunos países a ser similar a la atención médica brindada a humanos, y con esto al uso de mucho del equipo médico y quirúrgico usado en hospitales humanos con las adaptaciones necesarias.

En nuestro país aunque no al mismo ritmo que en los países desarrollados, la Clínica de pequeñas especies ha requerido una especialización tanto en recursos humanos como en equipo para cubrir las exigencias de una población cada vez más comprometida con la salud de su mascota, permitiéndose con esto longevidades cada vez mayores de los animales de compañía, aunque con esto también se han hecho presentes enfermedades que sólo se creían exclusivas de humanos.

Por otra parte como todos los servicios, el Médico Veterinario está obligado de acuerdo al tipo de población proporcionar un servicio acorde al tipo de vida del ciudadano.

Una razón por la cual se mencionan todos estos aspectos, es la de llevar a cabo la instalación de una Clínica Veterinaria para pequeñas especies.

M I S I Ó N

Preservar la Salud Animal, ofreciendo servicios que resguarden con profesionalismo, responsabilidad y honestidad, la interrelación del ser humano con sus mascotas, proporcionando tranquilidad y bienestar en nuestros clientes.

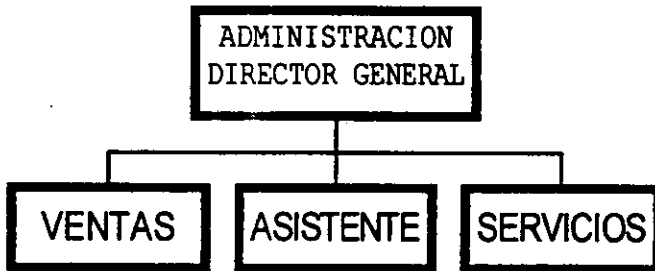
V I S I Ó N

En 1999, como el negocio seguirá creciendo se llevará a cabo un nuevo estudio de mercado en otra zona cercana, para la instalación de una sucursal.

Para el mismo año, se tomará parte en los cursos de Ortopedia en pequeñas especies, que imparten AMMVEPE, u otras asociaciones.

Se comprará material y equipo para análisis clínicos, así como la iniciación en el entrenamiento de perros de guardia y protección.

ORGANIGRAMA



HIPÓTESIS INTERNAS

- * Para 1998 se estima una inflación del 15%.
- * Se estima que el dólar para 1998, se cotizará a la compra en \$ 9.00
- * La tasa de desempleo se estima en un 5% para 1998.
- * El Producto Interno Bruto para 1998 se estima en un 5.4%.
- * Aumentará la atención de las personas hacia sus mascotas.
- * Mayor consumo de artículos y accesorios para mascotas.
- * Aumentarán las necesidades de compañía de mascotas pequeñas.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR

ÁREAS DE RESULTADOS

TÍTULO DEL PUESTO: DIRECTOR GENERAL

ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
*ADMÓN. DEL NEGOCIO	Apertura y cierre del negocio.	Aumento de las ventas
	Corte de caja diario.	Faltantes y sobrantes.
	Cumplir con el horario (8:00 a.m. - 20:00 p.m.)	Número de quejas.
*SERVICIOS AL CLIENTE	Depósitos en el banco semanalmente.	Liquidez del negocio.
	Supervisión del personal.	Índice de rotación del personal
	Atención personal.	Número de veces que regresa el cliente.
	Cuidado de mascotas.	Clientes perdidos.

DESCRIPCION DE PUESTOS POR

ÁREAS DE RESULTADOS

TITULO DE PUESTO: ASISTENTE DEL M.V.Z.

ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
* VENTAS	Ofrecer productos y servicios Políticas crediticias	Número de productos vendidos. Costo, calidad, liquidez.

ANÁLISIS SITUACIONAL

ENTORNO EXTERNO

La población aproximada de la zona es de 57,373 habitantes, con una población canina de 12,743, de los cuales 5,097 los podemos ubicar como mascotas de alta estima, es decir que sus dueños los alimentan, les brindan cariño y además los llevan al servicio médico y de estética con cierta regularidad, 1,275 son de baja estima los cuales rara vez los llevan al médico, y 6371 son considerados como perros callejeros.

Nuestro mercado disponible es de 5,097 perros, el mercado meta al que se pretende llegar es de 2,038 perros.

La localidad cuenta con un Centro Antirrábico Municipal en el cual se ofrecen servicios de atención médica a pequeñas especies, así como la vacunación antirrábica gratuita y en forma permanente.

El lugar de ubicación de la Clínica es el centro vehicular más importante, así mismo es el lugar de arribo de: estudiantes, obreros, empleados de diferente índole, etc. además es la terminal de diferentes líneas de autobuses del municipio de Tultepec, y Melchor Ocampo entre otros.

La ocupación predominante de la zona son obreros, comerciantes y en menor número, profesionistas; la clase predominante es la media baja seguida de la media.

Existen dos consultorios veterinarios en la zona y 5 farmacias veterinarias, las cuales son atendidas por personas que no son M.V.Z. Dentro de los padecimientos más frecuentes en perros y gatos podemos ubicar los trastornos digestivos y los respiratorios por la predisposición de la zona.

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

CLÍNICA VETERINARIA "YAYIS"

ÁREA	OPORTUNIDAD	PRIORIDAD	PROBLEMA	PRIORIDAD
Gobierno			Incremento de las campañas de vacunación y esterilización gratuitas.	1
Social	Mayor adquisición de mascotas para compañía	1	Falta de concientización y educación para cuidar mascotas	3
Tecnológico			No se cuenta con los recursos de equipo suficientes	4
Producto	Servicio esmerado y magnífica atención al cliente	2		
Abastecimiento	Compras por mayoreo (Reducción de costos)	4		
Competencia	No es de calidad e imagen confiable	3	Una de las clínicas de competencia se encuentra ubicada en el centro de Cuautitlán.	2
Social	Ubicación de fácil acceso	5	Bajo poder adquisitivo de la población	5
			Mayor población de perros callejeros	6

ANÁLISIS SITUACIONAL

ENTORNO INTERNO

PRODUCTO.- El servicio que se presta en la clínica es rápido, oportuno y confiable, además se ofrecerán servicios de coproparasitoscopia, rayos "X", raspados, etc.

El beneficio perceptible ante la sociedad es que se ofrecen los servicios a un precio competitivo, se venderán accesorios e implementos para el cuidado de las mascotas, cabe la posibilidad de integrar los servicios a la estética canina, se realizaran consultas de medicina preventiva y terapéutica.

PRECIO.- Los precios por servicios serán tabulados de acuerdo a la zona y en base a los de la competencia, tomando como base primordial el cuidado y atención para nuestros clientes en base a las necesidades de sus mascotas.

PLAZA.- La comercialización se realizará dentro de la misma clínica ya que se venderán en forma minoritaria implementos y accesorios para caninos y felinos. Algunas veces se darán consultas a domicilio, ya que la mayoría de ellas se realizarán dentro de la clínica.

PROMOCIÓN.- En cuanto a promover el negocio se llevará a cabo, por medio de la repartición de volantes en la vía pública o específicamente en cada una de las casas de la colonia donde se ubicará el consultorio, además se colocará un letrero luminoso en la parte superior del local también serán entregadas tarjetas de presentación a los clientes para una posterior recomendación.

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

CLÍNICA VETERINARIA "YAYIS"

ÁREA	FUERZA	PRIORIDAD	DEBILIDAD	PRIORIDAD
Local	Propio y amplio	1	Se encuentra en zona con variedad de locales comerciales	1
Gastos	Luz y teléfono de giro no comercial	3		
Activos Fijos	Se cuenta con material de Cirugía General.	2		
Director			No se atienden problemas ortopédicos	3
Organización			Mala Organización	3
Comercialización	El 60% de los clientes regresan	7		
Planes y Objetivos	Crecimiento y diversificación.	6		
Capacitación	Unión con MVZ, integrantes de asociaciones y especialistas	5		
Producto	Ofrecemos variedad de servicios y accesorios	4		

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

OPORTUNIDADES	ACCIÓN DE DESARROLLO
<ul style="list-style-type: none">• Mayor adquisición de mascotas para compañía• Servicio esmerado y magnífica atención al cliente• El servicio de la competencia no es de calidad e imagen confiable• Compras por mayoreo. (Reducción de costos)• Ubicación de fácil acceso	<p>Aumento de servicios en medicina preventiva.</p> <p>Clientes que repiten sus visitas por lo menos tres veces al mes.</p> <p>Los servicios que ofrecemos son de calidad e imagen confiable.</p> <p>Diversidad de productos y ofrecer servicios a precios competitivos.</p> <p>Mayor captación de posibles compradores.</p>

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

PROBLEMA	POSIBLE MITIGACIÓN
<p>1.- Incremento en las campañas de vacunación y esterilización gratuitas.</p> <p>2.- Una de las clínicas de la competencia se encuentra ubicada en el centro de Cuautitlán.</p> <p>3.- Falta de concientización y Educación de la gente. Para cuidar y atender una mascota.</p> <p>4.- No se cuenta con los recursos de equipo médicos suficientes.</p> <p>5.- Bajo poder adquisitivo de la población.</p> <p>6.- Mayor población de perros callejeros.</p>	<p>Disminución de vacunación antirrábica, y esterilización quirúrgica.</p> <p>Posible cambio de local, o instalación de otra sucursal.</p> <p>Dar pláticas en instituciones educativas, orientadas al cuidado de mascotas.</p> <p>Realizar una inversión a mediano plazo.</p> <p>Ofreciendo precios competitivos en productos y servicios.</p> <p>Exhibición y venta de mascotas.</p>

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

FUERZA	POSIBLE APLICACIÓN
1.- Local propio y amplio.	Se reducen gastos y capacidad para la exhibición de accesorios.
2.- Se cuenta con material de cirugía general.	Se reducen los gastos de inversión.
3.- El pago de luz, teléfono de giro no comercial.	Se reducen los gastos de administración.
4. Variedad de servicios y accesorios para mascotas.	Atracción de los clientes o posibles clientes.
5.- Unión con MVZ, e integrantes de asociaciones, así como especialistas.	Especialización, resolución de casos difíciles o canalización con otros médicos.
6.- El 60% de los clientes regresan,	Análisis de la clientela.

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

DEBILIDAD	QUE IMPIDE	CORRECCIÓN
<p>1.- Se encuentra en una zona donde existe variedad de locales comerciales.</p> <p>2.- No se atienden casos de ortopedia.</p>	<p>Visibilidad del negocio</p> <p>Falta de conocimientos de ortopedia.</p>	<p>Colocación de letrero luminoso.</p> <p>Tomar cursos de Ortopedia.</p>

OBJETIVOS

OBJETIVO:

1. Implementar un sistema administrativo en el año 1998, en las áreas de organización, planeación y control, para la instalación de una sucursal.

ESTRATEGIAS:

- 1.1. Definir estrategias de crecimiento.
- 1.2. Organización de personal.
- 1.3. Establecer mecanismos de control.

PLAN DE ACCIÓN	INICIO	TERMINO	RESPONSABLE
1.1.2. Presupuestar gastos.	15 / 02 /98	15 /06 /98	D.G.
1.1.3. Presupuestar costos.	15 / 02 /98	15 /06 /98	D.G.
1.2.1. Establecer y aplicar organigrama.	15 / 02 /98	15 /06 /98	D.G.
1.2.2. Definir puestos.	15 / 02 /98	15 /06 /98	D.G.
1.3.1. Establecer control de personal.	28 / 02 /98	30 /06 /98	D.G.
1.3.2. Establecer control de inventarios.	28 / 02 /98	30 /06 /98	D.G.

OBJETIVO: 2. Capacitación y actualización en el primer semestre del año 1998.

ESTRATEGIAS:

2.1. Suscripción a sistemas nacionales e internacionales de información.

2.2. Tomar cursos de capacitación dos veces por año.

PLAN DE ACCIÓN	INICIO	TÉRMINO	RESPONSABLE
2.1.1. Suscripción a Internet.	01/07/98	30/12/98	D.G.
2.1.2. Aprender el idioma Inglés.	01/07/98	01/01/99	D.G.
2.1.3. Pertenecer a AMMVEPE.	01/07/98	01/12/98	D.G.
2.2.1. Tomar un curso de radiología.	01/07/98	01/09/98	D.G.
2.2.2. Tomar un curso de ortopedia canina y felina.	01/02/98	01/12/98	D.G.

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

CANT	PRODUCTO	PRECIO	TOTAL
1	Mesa de exploración	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
1	Esterilizador	800.00	800.00
1	Refrigerador	2,000.00	2,000.00
4	Jaulas	500.00	2,000.00
1	Máquina para rasurar	1,400.00	1,400.00
1	Aparato de rayos "X"	15,000.00	15,000.00
1	Microscopio	3,000.00	3,000.00
2	Termómetros	11.00	22.00
1	Estetoscopio	60.00	60.00
1	Portasueros	200.00	200.00
2	Pinzas de Disección con dientes	18.00	36.00
2	Pinzas de disección planas	18.00	36.00
4	Pinzas de Kelly curvas	23.00	92.00
4	Pinzas de Kelly rectas	23.00	92.00
4	Pinzas de campo	21.00	84.00
1	Caja francesa	6.00	6.00
2	Mangos de bisturí	10.50	21.00
2	Tijeras de Mayo	25.00	50.00
2	Tijeras curvas	25.00	50.00
2	Porta agujas	35.00	70.00
1	Riñón	40.00	40.00
1	Moldes para cortar orejas	200.00	200.00

PRESUPUESTO DE INVERSIONES 1998

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
MESA DE EXPLORACIÓN	1.500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.500
ESTERILIZADOR	800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	800
REFRIGERADOR	2.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.000
JALAS	0	0	0	0	2.000	0	0	0	0	0	0	0	2.000
MICROSCOPIO	0	0	0	0	0	0	0	3.000	0	0	0	0	3.000
MAQUINA PARA RASURAR	0	0	1.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.400
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	580	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	580
INSTRUMENTAL	1.059	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.059
LOCAL	60.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	60.000
APARATO DE RAYOS "X"	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15.000	15.000
TOTAL	65.939	0	1.400	0	2.000	0	0	3.000	0	0	0	15.000	87.339

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN 1998													
CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SUELDO DE ASISTENTE	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
TELÉFONO	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
LUZ	250	200	200	200	250	250	250	250	250	250	250	250	2.850
ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	0	0	100	0	0	0	0	100	0	0	0	0	200
ARTÍCULOS DE PAPELERÍA	0	200	0	0	0	0	0	0	150	0	0	0	350
TOTAL	1.600	1.750	1.650	1.550	1.600	1.600	1.600	1.700	1.750	1.600	1.600	1.600	19.600

PRESUPUESTO DE VENTAS 1998

PRODUCTO/SERVICIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL														
PRESENTACION	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD														
MANTENIMIENTO	55.00	8	440	5	275	5	275	6	330	7	385	6	330	3	185	2	110	2	110	1	55	2	110	1	55	2,640	
PETROL	81.00	2	182	1	81	1	81	1	81	2	182	1	81	1	81	1	81	0	0	0	0	0	0	0	1	81	891
RECHASANTES	10.00	10	100	6	60	6	60	6	60	12	120	10	100	3	30	2	20	1	10	2	20	3	30	3	30	710	
TALCO BOA PO	21.00	10	210	10	210	9	189	9	189	8	168	8	168	4	84	2	42	0	0	1	21	1	21	2	42	1,344	
SHAMPUNO LUBRIFIM	26.00	3	78	3	78	3	78	4	100	4	100	3	75	2	50	2	50	0	0	0	2	50	0	0	0	0	675
ESSECE ESPUMA	35.00	5	175	4	140	4	140	3	105	2	70	3	105	1	35	0	0	0	0	0	1	35	0	0	0	0	805
SCASIAN BARRERON	23.00	5	115	4	92	4	92	3	69	3	69	5	115	1	25	0	0	0	0	0	1	25	0	0	0	0	621
AULIN	6.00	5	30	5	30	4	24	3	18	3	18	2	12	3	18	2	12	3	18	2	12	4	24	1	6	222	
UNIDENTO 1/4 80 gr.	15.00	3	45	1	15	2	30	2	30	1	15	0	0	1	15	1	15	1	15	2	30	1	15	1	15	1	240
UNIDENTO 1/4 125 gr.	30.00	2	60	1	30	0	0	0	0	0	0	0	1	30	1	30	1	30	1	30	0	0	0	0	0	0	240
COLLAN ANTIPLUGAS 1 litro	18.00	3	54	1	18	0	0	0	0	0	0	1	18	0	0	0	0	0	0	1	18	2	36	1	18	180	
COLLAN ANTIPLUGAS 500 ml	16.00	2	36	1	18	0	0	1	18	0	0	0	2	36	0	0	0	0	0	1	18	0	0	0	0	0	126
TAZON MEDIANO	8.00	1	8	2	16	2	16	3	24	1	8	1	8	2	16	0	0	0	2	16	1	8	1	8	1	8	136
TAZON GRANDE	12.00	0	0	0	2	24	1	12	24	0	0	0	0	1	12	0	0	1	12	1	12	1	12	1	12	0	108
TAZON JUNIO	13.00	0	0	1	15	0	0	0	0	0	1	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	15	0	0	0	75
BOZA N°1	34.00	1	34	1	34	0	0	1	34	1	34	0	0	1	34	0	0	1	34	0	0	0	0	0	0	0	204
BOZA N°2	36.00	1	36	0	0	0	0	0	0	0	1	36	0	0	0	0	0	1	36	2	72	1	36	0	0	0	216
BOZA N°3	42.00	1	42	1	42	0	0	0	0	0	1	42	1	42	0	0	1	42	0	0	0	0	0	0	0	0	252
COLLAN LITRO	6.00	5	30	4	24	3	18	0	0	0	4	24	3	18	2	12	2	12	1	6	1	6	3	18	1	168	
COLLAN LITRO	6.00	2	12	1	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	128	
TUBERIA EN PIEL	65.00	0	0	0	0	0	1	65	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	65	0	260
CATERA C/20 X 1/2	9.00	3	27	1	9	0	0	1	9	0	0	1	9	2	18	2	18	1	9	0	0	1	9	1	9	1	117
COJENA 3 X 3 X 1/2	18.00	1	18	0	0	0	0	1	18	1	18	0	0	1	18	0	0	1	18	0	0	0	0	0	0	0	95
FEDERA N°1	45.00	0	0	1	45	0	0	0	0	1	45	0	0	1	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	225
FEDERA N°2	65.00	1	65	0	0	0	0	0	0	1	65	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	65	1	65	0	0	390
FEDERA N°3	75.00	0	0	0	0	0	0	0	0	1	75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	225
GALINA PLUS POLLO 500g.	8.00	2	16	3	24	2	16	1	8	0	0	0	2	16	1	8	1	8	0	0	0	0	0	1	8	104	
GALINA PLUS POLLO 1.5 kg.	22.00	1	22	2	44	0	0	0	0	0	0	1	22	0	0	2	44	1	22	0	0	0	0	0	1	22	176
PROYANTONIC 600 gr.	18.00	0	0	1	18	0	0	1	18	0	0	0	0	1	18	0	0	1	18	0	0	1	18	0	0	0	90
PROYANTONIC 1.81 kg.	48.00	1	48	0	0	1	48	0	0	0	1	48	0	0	1	48	0	0	0	0	0	0	0	0	1	48	240
FEDORER LATA 375 gr.	7.00	5	35	6	42	5	35	3	21	2	14	1	7	5	35	7	49	4	28	3	21	2	14	1	7	308	
FEDORER LATA 2 kg.	26.00	2	52	3	84	5	140	6	156	4	112	4	112	4	112	2	56	2	56	0	0	1	26	2	56	580	
FEDORER LATA 4 kg.	52.00	1	52	2	104	3	156	4	208	3	156	2	104	1	52	0	0	2	104	0	0	1	26	2	56	1,196	
TOTAL			2,008		1,613		1,510		1,804		1,677		1,498		1,147		720		626		605		555		623	14,387	

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS 1998

PRODUCTOS/SENVICIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
PRESUPUESTO	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	
MALTAVIANCO	44,00	8 352	5 220	5 220	6 284	7 308	6 284	3 132	2 88	2 88	1 44	2 88	2 112	
PIZCAL	60,00	2 120	1 60	1 60	1 60	2 120	1 60	1 60	0 0	0 0	0 0	0 0	1 60	
JABON ASANTOL	8,00	10 80	8 64	9 72	8 64	12 96	10 80	3 24	2 16	1 8	2 16	3 24	568	
TALCO BQ.FO	16,00	10 160	10 160	9 144	8 128	8 128	4 64	2 32	0 0	1 16	1 16	2 32	1,024	
SHAMPUN LASTY 210ml	17,00	3 51	3 51	3 51	4 68	3 51	2 34	2 34	1 17	0 0	2 34	0 0	459	
ESBEC ESPUMA	24,00	5 120	4 96	4 96	3 72	2 48	3 72	1 24	0 0	0 0	1 24	0 0	552	
BOBIANIA SUPERSON	16,00	5 80	4 64	4 64	3 48	3 48	5 80	1 16	0 0	1 16	0 0	1 16	432	
ACOLIN	6,00	5 30	5 30	4 24	3 18	3 18	2 12	3 18	2 12	3 18	2 12	4 24	8 222	
IMONDENTO 100 gr	15,00	2 45	1 15	2 30	2 30	1 15	0 0	1 15	1 15	1 15	2 30	1 15	240	
UNGUENTO TIA 175 grs.	30,00	2 60	1 30	0 0	1 30	0 0	0 0	1 30	1 30	1 30	0 0	0 0	240	
COLLAG ANTIPLUGAS sup	18,00	3 54	1 18	0 0	0 0	0 0	0 0	1 18	0 0	1 18	2 36	1 18	180	
COLLAG ANTIPLUGAS mini	18,00	2 36	1 18	0 0	1 18	0 0	0 0	2 36	0 0	0 0	1 18	0 0	126	
TACON MEDIANO	8,00	1 8	2 16	2 16	3 24	1 8	1 8	2 16	0 0	2 16	1 8	1 8	136	
TACON GRANDE	12,00	0 0	2 24	1 12	2 24	0 0	0 0	1 12	0 0	1 12	1 12	1 12	108	
TACON ALARGO	15,00	0 0	1 15	0 0	0 0	1 15	1 15	0 0	0 0	0 0	1 15	1 15	75	
BOZAL M3	34,00	1 34	1 34	0 0	1 34	1 34	0 0	1 34	0 0	1 34	0 0	0 0	204	
BOZAL M4	36,00	1 36	0 0	0 0	0 0	0 0	1 36	0 0	0 0	1 36	2 72	1 36	216	
BOZAL M5	42,00	1 42	1 42	0 0	0 0	1 42	1 42	0 0	1 42	0 0	0 0	0 0	252	
COLLAG L1N9	8,00	5 30	4 24	3 18	0 0	0 0	4 24	3 18	2 12	2 12	1 6	1 6	168	
COLLAG L1N2	8,00	2 16	3 24	1 8	2 16	1 8	2 16	1 8	0 0	0 0	1 8	1 8	128	
TRABA EN PIEL	52,00	0 0	0 0	1 52	1 52	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0	1 52	1 52	208	
CAJONERA CAJON 1P	6,00	3 18	1 6	0 0	1 6	0 0	1 6	2 12	2 12	1 6	0 0	1 6	78	
CAJONERA 33X24"	14,00	1 14	0 0	0 0	1 14	1 14	0 0	1 14	0 0	1 14	0 0	0 0	70	
RECIPIEN M2	35,00	0 0	1 35	0 0	0 0	1 35	0 0	1 35	0 0	0 0	1 35	0 0	175	
RECIPIEN M4	55,00	1 55	0 0	0 0	1 55	1 55	0 0	1 55	1 55	0 0	0 0	1 55	350	
RECIPIEN M5	65,00	0 0	0 0	0 0	1 65	0 0	0 0	1 65	0 0	0 0	0 0	1 65	195	
GALINA PLUS POLLO 800g.	7,00	2 14	3 21	2 14	1 7	0 0	0 0	2 14	1 7	1 7	7 0	0 0	91	
GALINA PRECOCIO 1,5 grs.	18,00	1 18	2 36	0 0	0 0	0 0	1 18	0 0	2 36	1 18	0 0	0 0	152	
PROPLAN CREC 600 grs.	14,00	0 0	1 14	0 0	1 14	0 0	0 0	1 14	0 0	1 14	0 0	1 14	70	
PROPLAN M6 1,81 grs.	37,00	1 37	0 0	1 37	0 0	0 0	1 37	0 0	1 37	0 0	0 0	0 0	185	
PROPLAN LATA 378 grs.	5,00	5 25	6 30	5 25	3 15	2 10	1 5	5 25	7 35	4 20	3 15	2 10	1 5	220
PROPLAN LATA 2 grs.	23,00	2 46	3 69	5 115	6 138	4 92	4 92	4 92	2 46	2 46	0 0	1 23	46	
PROPLAN LATA 4 grs.	44,00	1 44	2 88	3 132	4 176	4 176	3 132	2 88	1 44	0 0	2 88	0 0	1,012	
TOTAL		1,626	1,306	1,190	1,456	1,336	1,187	950	561	543	529	460	517	
													11,693	

PRESUPUESTO DE VENTAS (SERVICIOS) 1998

PRODUCTO/SERVICIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL															
PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	VALOR															
VACUNA KABIA	45.00	10	450	8	360	7	315	7	315	5	225	5	225	5	225	6	270	6	270	4	180	4	180	3,240				
VACUNA DPH	60.00	8	480	5	300	5	300	4	240	3	180	3	180	3	180	3	180	3	180	2	120	2	120	3	180	2,640		
VACUNA PAVO	60.00	8	480	5	300	5	300	4	240	3	180	3	180	3	180	3	180	3	180	4	240	5	300	2,940				
VACUNA DPH	70.00	5	350	3	210	2	140	1	70	2	140	2	140	2	140	2	140	1	70	1	70	2	140	1,680				
VACUNA LUCERNA FELINA	80.00	2	160	1	80	1	80	1	80	1	80	1	80	2	160	2	160	1	80	1	80	2	160	1	80	1,280		
VACUNA TRIPLE GATO	70.00	2	140	1	70	1	70	1	70	1	70	1	70	2	140	2	140	2	140	1	70	1	70	1	70	1,050		
DEBENAS/ASTICHONES	30.00	6	180	5	150	4	120	3	90	5	150	5	150	5	150	4	120	5	150	4	120	5	150	6	180	9	240	1,850
ORUGA OMI GATA	200.00	3	600	2	400	2	400	1	200	2	400	2	400	1	200	1	200	1	200	3	600	3	600	3	600	5,000		
ORUGA OMI PERNA	200.00	3	600	2	400	2	400	1	200	2	400	1	200	1	200	1	200	1	200	3	600	3	600	3	600	4,600		
ORUGA OMI GATO	150.00	2	300	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	2	300	3	450	3	450	3,100		
ORUGA OMI PERRO	150.00	2	300	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	1	150	2	300	2	300	2,100		
CALEFECTORIA COMERCIAL	40.00	3	120	2	80	1	40	2	80	2	80	2	80	1	40	1	40	3	120	4	160	5	200	4	160	1,200		
CALEFECTORIA COMERCIAL	180.00	3	540	2	360	1	180	2	360	1	180	1	180	1	180	1	180	2	360	3	540	2	360	1	180	3,240		
CONSULTAS	40.00	12	480	8	320	8	320	9	360	8	320	8	320	8	320	8	320	8	320	9	360	7	280	10	400	4,160		
TOTAL			5,180		3,330		2,985		2,805		2,705		2,545		2,415		2,620		3,140		3,510		3,680		37,060			

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 1998

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	2,008	1,613	1,510	1,804	1,677	1,499	1,147	720	626	605	555	623	14,387
+ SERVICIOS	5,180	3,330	2,965	2,605	2,705	2,545	2,465	2,415	2,620	3,140	3,510	3,580	37,060
SUMA	7,188	4,943	4,475	4,409	4,382	4,044	3,612	3,135	3,246	3,745	4,065	4,203	51,447
COSTO DE VENTAS	1,626	1,306	1,190	1,456	1,338	1,197	950	581	543	529	460	517	11,693
+ COSTO DE SERVICIOS	1,283	823	744	659	646	613	600	646	680	713	774	818	8,999
SUMA	2,909	2,129	1,934	2,115	1,984	1,810	1,550	1,227	1,223	1,242	1,234	1,335	20,692
- UTILIDAD BRUTA	4,279	2,814	2,541	2,294	2,398	2,234	2,062	1,908	2,023	2,503	2,831	2,868	30,755
UTILIDAD BRUTA %	59.52	56.92	56.78	52.03	54.72	55.24	57.08	60.86	62.32	66.83	69.64	68.23	59.77
+ GASTOS DE ADMON.	1,600	1,750	1,650	1,550	1,600	1,600	1,600	1,700	1,750	1,600	1,600	1,600	19,600
RESULTADO DE LA OPERACION	2,679	1,064	891	744	798	634	462	208	273	903	1,231	1,268	11,155
- PORCENTAJES SOBRE VENTA	37.27	21.52	19.91	16.87	18.21	15.67	12.79	6.63	8.41	24.11	30.28	30.16	21.68

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO 1998

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SALDO DE BANCOS	60.000	59.649	62.842	64.267	67.126	67.908	70.352	72.364	73.799	72.295	74.440	76.905	761.947
INGRESOS													
COBRANZA	7.186	4.943	4.475	4.409	4.382	4.044	3.612	3.135	3.246	3.745	4.065	4.203	51.447
SUMA BANCOS - INGRESOS	67.186	64.592	67.317	68.676	71.508	71.952	73.964	75.499	77.045	76.040	78.505	81.108	873.394
EGRESOS													
GASTOS	1.600	1.750	1.650	1.550	1.600	1.600	1.600	1.700	1.750	1.600	1.600	1.600	19.600
INVERSIONES	5.939	0	1.400	0	2.000	0	0	0	3.000	0	0	15.000	27.339
SUMA DE EGRESOS	7.539	1.750	3.050	1.550	3.600	1.600	1.600	1.700	4.750	1.600	1.600	16.600	46.939
SALDO	59.649	62.842	64.267	67.126	67.908	70.352	72.364	73.799	72.295	74.440	76.905	81.108	826.455

INFORMACIÓN BÁSICA INTERNA

La clínica se encuentra ubicada en la calzada de Guadalupe No. 210, Colonia Guadalupe, Cuautitlán, Edo. de México.

El consultorio abarca una superficie de 120 m², la cuál se encuentra dividido de la siguiente manera:

- 1.- Recepción 20 m²
- 2.- Área de atención médica 20 m²
- 3.- Quirófano 30 m²
- 4.- Área de hospitalización 50 m²

Se ofrecerán los siguientes servicios;

- 1.- Consultas en general
- 2.- Consultas externas (Domicilio)
- 3.- Medicina preventiva
- 4.- Cirugías
- 5.- Servicio de hospitalización

CONCLUSIONES

- * El proyecto es viable como clínica de acuerdo a las cifras arrojadas en el estado de resultados proyectado.

- * En nuestro flujo de efectivo, si nos indica que si hay liquidez por parte de la empresa, e incluso se recupera la inversión en menos de un año.

- * Las expectativas de crecimiento son buenas, lo que permite una mayor inversión y aumento de la infraestructura del negocio (Estética canina, limpiezas dentales, ortopedia, pensiones).

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ADMINISTRACIÓN.- Trabajo lento y de gerencia se lleva a cabo para lograr el resultado deseado, se refiere a la totalidad del trabajo del gerente y es un término más amplio que actividad gerencial.

ANÁLISIS.- El estudio de un conjunto completo y la separación e identificación de sus partes constituyentes y la relación que existe entre unas y otras. El análisis generalmente no se limita a identificar los componentes de la cosa que se estudia, sino que trata de comprender la forma en que encajan entre sí y el porqué de la configuración en que se encuentran.

CALIDAD.- Juicio de valores sobre cualidades de productos o servicios.

COMPETENCIA.- La capacidad de desempeñar trabajo especializado con una habilidad reconocida.

MERCADO.- Lugar donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen bienes o servicios y se efectúa el intercambio.

MISIÓN.- Es la filosofía sustentada en valores, la cual constituye una guía cotidiana que oriente y motiva a sus integrantes. Contiene la razón de ser de la organización.

OBJETIVO.- Es un resultado por lograr.

ORGANIGRAMA.- Presentación gráfica de la manera en que se ordena y relaciona el trabajo para que la gente pueda desempeñarlo.

PLAN DE ACCIÓN.- Un plan que debe completarse dentro de los límites de un período definido.

PLANEACIÓN.- Proceso necesario para determinar necesidades y los recursos que necesitamos para llegar de una mejor manera a nuestro objetivo.

PRODUCTO.- Todo bien o servicio que resuelve una necesidad o deseo.

PUBLICIDAD.- Es cualquier forma pagada de presentación no personal y de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

REGLAMENTO.- Una decisión permanente que se aplica a asuntos y problemas recurrentes de interés solamente para un componente de la empresa.

SERVICIO.- Es la producción de una experiencia de compra satisfactoria y se da por medio de la percepción = el saldo positivo entre lo que el comprador "percibe" y lo que "espera" es la esencia misma del acto de servicio =.

VENTAS.- Ejercer acción para satisfacer necesidades.

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- Perros Pura Sangre. Organó Oficial de la federación Canófila Mexicana. Vol. 14 #9 Septiembre de 1997.
- 2.- De las Casa, M.C. "Planeación Estratégica". Seminario de Mercadotecnia Veterinaria, U.N.A.M. 1997.
- 3.- Ramírez, N. R. "Programa de Ejercicio Profesional". Federación de Colegios y Asociaciones de Médicos Veterinarios Zootecnistas de México A.C.2a. Convención Nacional, 1997.
- 4.- Ramón, H. A. "Finanzas". Seminario de Mercadotecnia Veterinaria. U.N.A.M. , 1997.
- 5.- Meder V. Stéphane. M.V.Z. "Siete días en la vida de un veterinario" No. 3, Diciembre 1996.
- 6.- INEGI. Resultados definitivos tabulados básicos. Tomo I, Conteo de población y vivienda del Edo. de México, 1995.