

7
Lej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

**MERCADOTECNIA VETERINARIA
BASES MERCADOLOGICAS PARA LA
INSTALACION DE UNA ESCUELA DE
ENTRENAMIENTO CANINO, EN EL
MUNICIPIO DE NAUCALPAN, EDO. MEX.**

TRABAJO DE SEMINARIO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA

P R E S E N T A :

GABRIELA BERNAL SEPULVEDA

ASESOR: M.V.Z. SERGIO CORTES Y HUERTA

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO.

1999.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

27 1806



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 esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

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

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN
PRESENTE.

DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

AT'N: Q. MA. DEL CARMEN GARCIA MIJARES
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; Bases Mercadológicas para la
instalación de una Escuela de Entrenamiento Canino, en el
Municipio de Naucalpan, Edo Mex."

que presenta la pasante: Gabriela Bernal Sepulveda

con número de cuenta: 8452127-1 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 15 de Febrero de 19 99

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
<u>Módulo I</u>	<u>MVZ Sergio Cortés y Huerta</u>	
<u>Módulo II</u>	<u>M. en C. Antonio Ramón Herrera</u>	
<u>Módulo IV</u>	<u>Lic. Aminta R. Silva Gómez</u>	

Dedico este trabajo:

A mis padres por haberme dado la oportunidad de prepararme como profesionalista, por ser siempre el apoyo para crecer como persona, y por ser las personas que mas amo, admiro y respeto.

A mis maestros con todo el agradecimiento por sus valiosas enseñanzas.

Al Sr. Dr. Sergio Cortés y Huerta, por su importante y valiosa transmisión de conocimientos, su apreciable guía y sus consejos.

A mi familia y amigos, por darme siempre su invaluable apoyo, gracias con todo mi cariño.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO.....	3
2.1 MISIÓN.....	4
2.2 VISIÓN.....	5
2.3 ORGANIGRAMA	6
2.4 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREA DE RESULTADOS.....	7
2.4.1 DIRECTOR GENERAL.....	7
2.4.2 ENTRENADOR TÉCNICO.....	8
2.4.3 ADMINISTRADOR.....	9
3. INFORMACIÓN BÁSICA.....	10
3.1 INFORMACIÓN EXTERNA.....	11
3.2 INFORMACIÓN INTERNA.....	12
3.3 INFORMACIÓN TÉCNICA DE SOPORTE.....	13
4. ANALISIS SITUACIONAL.....	19
4.1 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS...	20
4.2 IDENTIFICACIÓN DE FUERZAS Y DEBILIDADES.....	29
5. PLANEACIÓN ESTRATEGICA.....	35
5.1 ELABORACIÓN DE OBJETIVOS, DISEÑO DE ESTRATEGIAS Y PLAN DE ACCIÓN.....	36
6. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS.....	40
6.1 INVERSIONES.....	41
6.2 FLUJO DE EFECTIVO.....	42
6.3 COSTOS.....	44
6.4 GASTOS.....	46
6.5 VENTAS.....	47
6.6 ESTADO DE RESULTADOS.....	49
6.7 HOJA DE SOPORTE PRESUPUESTAL.....	50
7. CONCLUSIONES.....	53
8. BIBLIOGRAFÍA.....	55

1. INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Uno de los locales mas concurridos dentro de un centro comercial, es la tienda de mascotas, la gente y mayormente los niños se sienten atraídos hacia ese escaparate con cachorritos de diferentes razas, tamaños y colores; o en una avenida, la gente hace tráfico al pararse un momento, para ver los cachorros que ahí se están vendiendo. Analicemos que es lo que sucede: la gente ve a ese hermoso cachorro, lleno de ternura que les proporciona bienestar y sale a flote la necesidad de tener un perro, entonces la familia empieza a deliberar si lo compran o no lo compran, los niños prometen cuidarlo, la mamá o el papá a veces no están muy conformes, pero asienten por complacer a los niños y el resultado de todo esto, es la adquisición de un nuevo integrante de la familia; existe quién domina sus impulsos y decide esperar a comprar un perro por medio de una recomendación o asesoría profesional, lo que es muy conveniente.

La relación hombre - perro ha existido desde tiempos remotos, donde originalmente el perro se acercó al hombre por necesidad de alimento, al devenir del tiempo, este animal se fue ganando la confianza y el cariño del ser humano, hasta llegar a la situación actual , en donde el hombre siente ahora la necesidad de su compañía y ayuda.

Una de las funciones más importantes de nosotros los Médicos Veterinarios Zootecnistas, consiste en que esta relación hombre - perro, sea de manera correcta y cada vez mejor, enseñando a la gente que el tener un perro, no es solo eso, sino que reviste una serie de características; tales como: tener el conocimiento del perro apropiado que necesita, una crianza adecuada que incluye todo lo necesario para el crecimiento óptimo de ese ser, cuidados médicos y cariño.

Pero además que, también requiere de un entrenamiento que le ayudará a desarrollar sus cualidades tanto físicas como mentales, y adicionalmente proporcionar a la familia una convivencia de formación e integración, sana y divertida, al conocer, practicar o simplemente observar el trabajo hombre - perro en las diferentes disciplinas que van desde una obediencia elemental, hasta algo mas complejo como lo es un entrenamiento en Perro de Protección Civil , Schutzhund, Ring Internacional y otros que comprenden tanto ejercicios de obediencia avanzada, rastreo y ejercicios sorprendentes de protección; todos éstos, siempre encaminados a una vida útil del perro en la familia y sociedad en general.

2. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

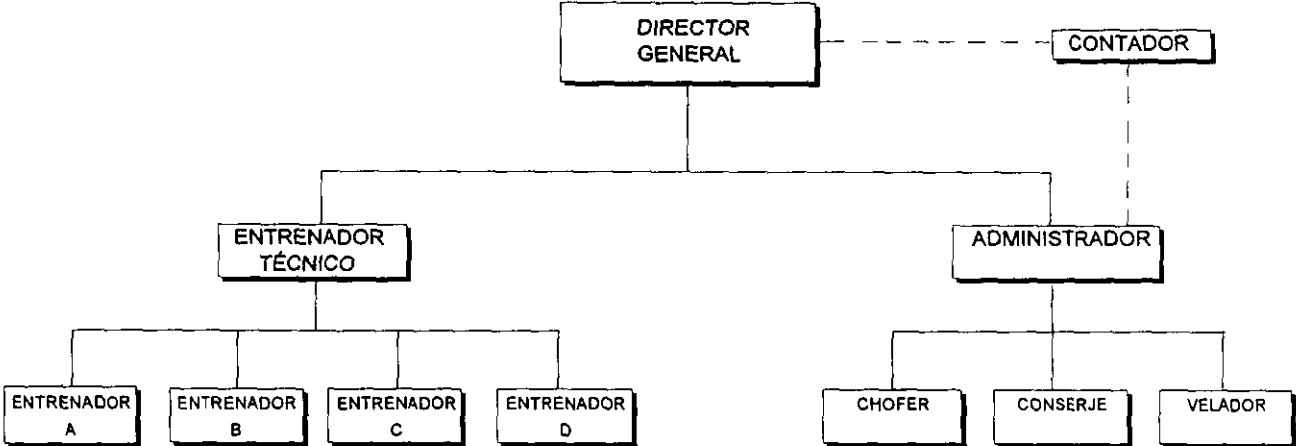
2.1 MISIÓN

Lograr que el perro, por medio de un adiestramiento profesional y el máximo aprovechamiento de sus características naturales, se integre a la sociedad de una manera útil, brindando al ser humano alternativas de compañía y seguridad, de alta calidad.

2.2 VISIÓN

Ser una de las escuelas de entrenamiento canino mas competentes y reconocidas en el medio de entrenadores y propietarios de perros en México.

2.3 ORGANIGRAMA



2.4 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS

2.4.1 DIRECTOR GENERAL

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
Planeación	<p>Actualización de la información básica. Funcionalidad del organigrama. Identificación de problemas y oportunidades.</p> <p>Plantear objetivos. Actualización de puestos y funciones en cada area.</p>	<p>Porcentaje de calidad. Número de quejas del personal. Número de problemas que se presenten. Número de resultados Porcentaje de carga de trabajo.</p>
Organización	<p>Mantenerse informado acerca de los procedimientos de las actividades de las diferentes areas. Políticas o trato dentro de la organización de la empresa.</p>	<p>Número de errores. Problemas en ambiente de trabajo.</p>
Liderazgo	<p>Selección y contratación de personal. Capacitación. Motivación del personal. Organización de trabajo en equipo.</p>	<p>Indice de rotación de personal. Aplicación de los conocimientos. Número de faltas. Número de reclamaciones del personal.</p>
Supervisión	<p>Funcionamiento del área administrativa y contable. Desempeño del área de entrenamiento.</p>	<p>Situación financiera y desviaciones a lo presupuestado. Número de quejas y niveles de entrenamiento.</p>
Servicio al cliente	<p>Verificar que se cumpla con las expectativas resolución de problemas y necesidades de los clientes. Verificar que la atención al cliente sea personalizada en un ambiente de honestidad y cordialidad.</p>	<p>Número de clientes satisfechos. Número de entrenamientos por recomendación de clientes.</p>

2.4.2 ENTRENADOR TÉCNICO

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
Diseño de programas	<p><i>Evaluación médica:</i> Carnet de vacunación y certificado de salud emitido por médico veterinario aliado.</p> <p><i>Identificación de necesidades, expectativas y problemas para diseñar los programas de entrenamiento y propuestas que mejor le convergan al cliente.</i></p> <p>Diseño y supervisión de procedimientos</p>	<p>Número de perros enfermos.</p> <p>Número de aciertos y errores.</p> <p>Resultados</p>
Liderazgo	<p>Capacitación.</p> <p>Motivación.</p> <p>Trabajo en equipo.</p>	<p>Aplicación de conocimientos.</p> <p>Número de faltas.</p> <p>Resultados.</p>
Autodesarrollo	<p>Información acerca de los diferentes cursos o seminarios que se impartan durante el año, y tomar los de mayor utilidad.</p>	<p>Número de cursos tomados.</p>
Competencias	<p>Estar al tanto del calendario de diferentes eventos que se organicen durante el año y participar en ellos.</p>	<p>Asistencia y participación en eventos.</p>
Supervisión	<p>Llevar la relación de actividades de los entrenadores, tanto en número de entrenamientos, como programas que se utilicen y los avances.</p> <p>Asesoramiento tanto a entrenadores, como a otras personas de distintas áreas que tengan que ver con el manejo de los perros.</p>	<p>Número de errores.</p> <p>Presentación de problemas.</p>

2.4.3 ADMINISTRADOR

ÁREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
Ventas	<i>Promoción y publicidad.</i> <i>Atención a clientes.</i>	Número de personas que piden informes y toman el servicio.
Contable	<i>Cobros y pagos.</i> <i>Nómina.</i> <i>Obligaciones fiscales.</i>	<i>Flujo de efectivo.</i> <i>Sueldos.</i> <i>Multas.</i>
Supervisión	<i>Desempeño del personal de limpieza, mantenimiento, transporte y vigilancia, así como estar al tanto de las necesidades de cada área.</i>	<i>Presentación de problemas.</i>
Transporte	<i>Trazar rutas para la camioneta que va a recoger y entregar perros, así como su correcto funcionamiento.</i>	<i>Optimización del tiempo y disponibilidad del transporte.</i>
Material y alimento	<i>Control de inventario y atención a proveedores.</i>	<i>Disponibilidad.</i>
Instalaciones	<i>Ver todo lo necesario para el mantenimiento adecuado de las diferentes áreas.</i>	<i>Funcionalidad práctica y visual.</i>

3. INFORMACIÓN BÁSICA

3.1 INFORMACIÓN EXTERNA

El Municipio de Naucalpan cuenta con una superficie territorial de 149.86 kilómetros cuadrados, y sus colindancias son: al norte con el Municipio de Atizapán de Zaragoza, al noroeste con el Municipio de Tlalnepantla, al sur con el Municipio de Huixquilucan, al sureste con los Municipios de Lerma y Xonacatlán, al este con el Distrito Federal y al oeste con el Municipio de Jilotzingo.

Naucalpan de Juárez es la cabecera municipal; en ella se encuentra la sede del Ayuntamiento y de su Presidencia Municipal.

Las localidades establecidas dentro del territorio municipal, son las siguientes: 18 Pueblos, 118 Colonias, 70 Fraccionamientos Residenciales, Fraccionamientos Industriales y 2 Fraccionamientos Campestres.

La Población es de 950 000 habitantes en esta zona.

Población canina: se calcula la existencia de un perro por cada seis habitantes, de esta forma podemos decir que existen aproximadamente 158 333 perros en esta zona, de los cuales se estima que el 50% (79 000) es de perros callejeros, el 17% (26 916) de perros de propietarios con alto poder adquisitivo y el 13% (20 583) de propietarios con bajo poder adquisitivo.

En la zona se cuenta con un numero aproximado de 70 consultorios médicos veterinarios, 10 tiendas de accesorios y mascotas, 3 escuelas de entrenamiento, 2 clubes de entrenamiento (fines de semana) y un numero indefinido de entrenadores que trabajan a domicilio.

En este territorio podemos ver que la población en su mayoría vive en casas solas (propias o rentadas), en donde se tienen muchos problemas de seguridad, ya que no se cuenta con el número adecuado de elementos policiacos para hacerla confiable, existe la tendencia a contratar corporaciones de seguridad privada con altos costos, o cerrar Fraccionamientos con plumas de acceso, de hecho hay Fraccionamientos cerrados con caseta de policía en la puerta; y aunado a esto, la gente ha optado por la adquisición de perros para mejorar su seguridad, de esta forma también ha aumentado el interés por conocer más acerca de estos para su mejor aprovechamiento.

3.2 INFORMACIÓN INTERNA

La escuela se construirá en un terreno de 3 000 m², ubicado en Naucalpan, contará con un área de estacionamiento, oficina, baños, cuarto para material y equipo, caseta de velador, almacén, jaulas, pista techada, y un campo de entrenamiento empastado, equipado con un ring abatible, diferentes obstáculos y 6 mamparas.

Se impartirán las siguientes disciplinas de entrenamiento y servicios:

- Obediencia: Básica, Avanzada y Especializada (Perro Compañero, Perro Compañero Excelente y Perro de Utilidad).
- Perro de Protección Civil, niveles: 1 y 2.
- Schutzhund, niveles: I, II y III.
- Asesoría en compra y crianza de perros.
- Venta de perros entrenados.
- Pensión.

Horario:

- lunes a viernes de 8 hrs. a 18 hrs.
- sábados de 8 hrs. a 12 hrs.

Material y equipo:

- Camioneta para el transporte de perros.
- Ring abatible y obstáculos.
- Collares, correas, mangas, pierneras, traje, tacos, varas, elásticos, líneas.
- Televisión y video.

Personal:

- Director General: Médico Veterinario Zootecnista.
- Asistencia Médica: Alianza con un Médico Veterinario de la zona.
- Area de Entrenamiento: 1 Entrenador Técnico y 4 Entrenadores Profesionales.
- Administrador.
- Mantenimiento: Conserje
- Transporte: Chofer.
- Vigilancia: Un velador.

El trabajo se enfocará a un amplio mercado, donde se incluirá: desde propietarios de perros que buscan seguridad para su familia y pertenencias, otros que gustan de determinada raza y que tienen que cumplir con una disciplina especial, como es el caso, de schutzhund en el pastor alemán; algunos que desean participar en competencias de diferentes disciplinas, o aquellos que simplemente quieren tener un perro que en casa sepa comportarse y no cause tantos problemas.

3.3 INFORMACIÓN TÉCNICA DE SOPORTE

ADIESTRAMIENTO

Entre las primeras motivaciones que han empujado al hombre moderno a domesticar perros, han tenido *enorme* importancia las razones utilitarias. El hombre limitado en algunas de sus capacidades sensoriales, pronto comprendió que el perro podía suponer una preciosa ayuda en algunas actividades como la caza, guarda, pastoreo, etc. Algunos comportamientos naturales del animal podían efectivamente dirigirse a comodidad de su domesticador, como por ejemplo los comportamientos de defensa del territorio (que podían transformarse en actitudes de perro guardián) o los de tipo predatorio, por los que comenzó la utilización del perro de caza. Aunque para que los diferentes comportamientos instintivos del *canis familiaris* pudiesen ser verdaderamente de utilidad era necesario también que pudiesen ser dirigidos y condicionados por el hombre de manera direccional. Así, el perro de caza tan útil levantando presas gracias a su marcada cualidad para husmear, para hacerse verdaderamente útil debía señalar y a veces desanidar la presa pero sin abatirla, exactamente igual que el perro pastor debía vigilar y guiar las ovejas sin agredirlas o dañarlas de ningún modo. Así se empezó a actuar sobre los comportamientos específicos dirigiéndolos, algunas veces, de maneras diferentes a los naturales (como ocurre en el caso del perro pastor), interrumpiéndolos en un determinado momento (como a veces sucede con los perros de parada, que vista la presa no deben apropiársela, sino sólo señalarla).

Con el paso de los años, la selección efectuada por el hombre ha modificado profundamente a los perros, llegando a aumentar algunas veces los impulsos instintivos hacia algunos comportamientos, o bien disminuir otros, mientras las bases del adiestramiento han permanecido invariables. En efecto, adiestrar un perro, substancialmente quiere decir hacerle aprender determinados comportamientos y enseñarle a realizarlos todas las veces que se presenten determinados estímulos. Éstos pueden provenir del manejador, bajo la forma de señales u órdenes, o del medio ambiente, como ocurre por ejemplo con la aparición de un malhechor, en el caso de los perros adiestrados para la defensa.

Las secuencias de comportamientos aprendidos mediante el adiestramiento deben atenerse lo más posible a determinadas configuraciones concretas, y el índice de un nivel de adiestramiento superior es la mayor o menor precisión en su realización.

El adiestramiento normalmente está encaminado a la utilización del perro para un determinado cometido; este último a menudo funda su razón de ser sobre

comportamientos instintivos que mediante condicionamientos de diferente género son dirigidos con objetivos varios.

Así sucede tanto en el adiestramiento para la caza (donde encuentra expresión el comportamiento predatorio, aunque esté inhibido después en numerosas secuencias), como en el trabajo de guarda y vigilancia (en el que gran parte encontramos el instinto de defensa del territorio).

Aparte de algunas excepciones, entre ellas los perros de circo adiestrados para ejercicios bastante antinaturales, en la base de cualquier tipo de adiestramiento están las inclinaciones instintivas hacia determinados comportamientos. Éstas que se podrían definir "predisposiciones naturales", pueden expresarse con reacciones emotivas de diferente intensidad, variables según la personalidad psicológica de cada animal y determinadas tanto por comportamientos adquiridos por vía hereditaria como por actitudes aprendidas a base de experiencia. Por tanto, cada perro tiene sus particulares características de tipo comportamental y es importante comprenderlas antes de iniciar con él una relación de adiestramiento.

El adiestramiento es una actividad muy seria y extremadamente delicada, que debe afrontarse con gran dedicación y, si es posible, con ayuda de personas expertas.

Aunque algunos ejercicios de preparación se pueden afrontar sin ayuda, hemos de tener en cuenta lo delicada que puede ser una conducta correcta del animal en los primeros trabajos de adiestramiento. Efectivamente, enseñar ciertos ejercicios al perro puede resultar relativamente fácil, incluso para los inexpertos, pero es mucho más difícil después corregir los defectos de conducta, especialmente cuando éstos afectan las inclinaciones emotivas del animal.

El trabajo de ataque y defensa requiere un adiestramiento mucho más complicado además de la disponibilidad de sujetos con predisposición de carácter hacia la expresión de algunos comportamientos. Como base de este tipo de adiestramiento, están los impulsos instintivos que, mediante condicionamientos de variado tipo, se modifican y transforman en particulares secuencias comportamentales.

Alcance y poder del adiestramiento

Cuando se ve al perro guía de un ciego acompañándole por doquier y se advierte que gracias a él el invidente puede hacer una vida normal, desenvolviéndose con soltura, se constata la extraordinaria dimensión de adiestramiento, representado en este caso por el perro guía, que supone una de las mayores prestaciones que puede llegar a ofrecer un perro. Un adiestramiento admirable que se manifiesta en el ejemplar de salvamento que acompaña a los bomberos y que está expuesto a varios riesgos, en el perro antidroga, en el antiexplosivos o aquel cuya misión consiste en vigilar a un niño que juega tranquilamente en un parque. Todo este desarrollo, esta participación en los problemas sociales, este alto grado de humanidad que reflejan y al que, resulta irónico reconocerlo, llegamos a través del perro, todo esto lo debemos gracias a que un día, creyéndolo más un capricho que una aportación sublime para la humanidad, decidimos llevarlo a una escuela de adiestramiento. Fue entonces cuando, gracias al perro, descubrimos nuevos valores a nivel humano.

El trabajo de Schutzhund.

El Verein fur Deutsche Schaferhunde (Club del pastor alemán en Alemania), consciente de la importancia que tenía la unificación de criterios respecto a las tareas que debía realizar un perro en pruebas de trabajo, redactó un reglamento completo con la doble finalidad de que fuera tanto un instrumento idóneo para aquilatar el trabajo específico del perro como para que sirviera de parámetro en la apreciación de su capacidad de obediencia, equilibrio, respuesta a la agresión, conducción y vigilancia de un maleante, rastreo, etc.

El reglamento se divide básicamente en tres grados: SchH I, SchH II, y SchH III, grados que se aplican de menor a mayor adiestramiento del perro. Para la calificación de los perros al objeto de obtener la cartilla reconocida oficialmente en todo el mundo, es necesaria la presencia de un juez especial autorizado por la S.V., más exactamente un juez formado en Alemania por el propio club de raza. La posesión de la cartilla indicativa de que un perro ha pasado la prueba puede significarle la posibilidad de llegar a ser un gran campeón.

Ejercicios:

SchH I:

- a) Rastreo: Pista hecha por el manejador de 400-500 pasos, tiempo 20 min., con dos objetos en la pista, dos desviaciones en ángulo recto.
- b) Obediencia: Caminado junto con correa, caminado junto sin correa, sentado en movimiento, echado en movimiento y acudir al llamado, recobro de una mancuerna, recobro de mancuerna a través de un obstáculo de 1 metro de altura, marchar hacia adelante a la orden y echado, echado quieto con distracción mientras otro perro trabaja.
- c) Protección: Buscar al agitador, encontrar y ladrar, defensa del manejador, prueba de coraje (persecución, desarme y conducción).

SchH II:

- a) Rastreo: Pista hecha por un extraño de 600-700 pasos con 30 min. de antigüedad, dos objetos y dos ángulos rectos de 90 grados.
- b) Obediencia: Caminado junto con correa, caminado junto sin correa, sentado en movimiento, echado en movimiento y acudir al llamado, recobro de mancuerna de 1 kg en terreno llano, recobro de mancuerna de 650 grms a través de un obstáculo de 1 metro de altura, salto de pared de 1.80 mts. y traer la mancuerna, adelante y echado, echado quieto con distracción.
- c) Protección: Búsqueda del agitador, hacer frente y ladrar, evitar huida y defensa del manejar, escolta, ataque por sorpresa e instinto de ataque y valor.

SchH III:

- a) Rastreo: Pista de 1200 - 1400 pasos, tiempo de antigüedad de la pista 50 min., tres objetos.
- b) Obediencia: Caminado junto sin correa, sentado en movimiento, echado en movimiento y acudir al llamado, parado en movimiento, parado en movimiento corriendo y acudir al llamado, recobro de mancuerna de 2 kg sobre terreno llano, recobro de mancuerna de 650 grms a través de un obstáculo de un metro de altura, recobro de mancuerna a través de un obstáculo de 1.80 mts de altura, adelante y echado, echado quieto con distracción.

- c) *Protección: Búsqueda del agitador, hacer frente y ladrar, huida y defensa, escolta, ataque por sorpresa, prueba de valor, instinto de ataque o apreciación general con valor y dureza.*

Pruebas de obediencia canina

Las pruebas de obediencia canina son un deporte y todos los que participan en ellas deben guiarse por los principios del deportivismo, tanto dentro del ring como fuera de él.

El fin de los concursos de obediencia es demostrar la utilidad del perro como compañero del hombre y no solamente su habilidad para llevar a cabo una rutina específica en el ring de obediencia.

Aunque todos los competidores en cada categoría son obligados a ejecutar los mismos ejercicios en aproximadamente la misma forma para que se pueda comparar y juzgar la calidad relativa de las ejecuciones individuales, el objetivo básico de los concursos de obediencia es el producir perros que hayan sido educados para que siempre se comporten de una manera adecuada en sus hogares, en lugares públicos, y en presencia de otros perros o diferentes circunstancias.

Las ejecuciones del perro y su manejador en el ring deben de ser exactas y correctas y deben estar de acuerdo con los requisitos señalados en el reglamento de pruebas oficiales de obediencia del Club de Obediencia Canina, A.C., aprobado por la Federación Canófila Mexicana, A.C. Sin embargo, es esencial que el perro demuestre ganas y buena voluntad para el trabajo; suavidad y naturalidad de parte del manejador son más deseables que una ejecución hecha con precisión de militar y órdenes imperativas.

Categorías:

- a) **Perro Compañero (P.C.):** Sentado quieto a distancia, echado quieto a distancia, caminar con correa, parado para examen, caminar sin correa, venir al llamado.
- b) **Perro Compañero Excelente (P.C.E.):** Sentado quieto fuera de vista, echado quieto fuera de vista, caminar sin correa, venir al llamado echándose, traer la mancuerna, traer la mancuerna sobre obstáculo, salto de longitud.

- c) Perro de Utilidad (P.U.): Examen en grupo, buscar atrás, ejercicio de señales, discriminación de olfato num. 1, discriminación de olfato num. 2, saltos dirigidos.

La F.C.M. otorgará un certificado de las diferentes categorías y permitirá el uso de las siglas de cada una después del nombre del perro que ha sido calificado cuando menos por dos jueces diferentes, habiéndose obtenido una puntuación mayor al 50% de cada uno de los ejercicios y una puntuación total de 170 puntos o más en tres distintas pruebas de obediencia, siempre y cuando hayan competido cuando menos 4 perros en cada prueba.

4. ANÁLISIS SITUACIONAL.

4.1 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

ÁREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PRIORIDAD	PROBLEMAS	PRIORIDAD
MERCADO	<p>La población canina es elevada y la tendencia a la adquisición de perros para seguridad y compañía es alta; así como, el interés de la población por conocer más acerca de estos.</p> <p>El promedio de habitantes en la zona, con medio y alto poder adquisitivo, es significativo.</p> <p>Los Municipios colindantes cuentan con un buen número de fraccionamientos residenciales.</p> <p>La globalización del mercado facilita el conocimiento de nuevas técnicas de entrenamiento; así como, la importación y exportación de perros y equipo.</p> <p>Existe un gran número de clínicas veterinarias y tiendas de mascotas en la zona.</p>	1	Resistencia de la gente a gastar más dinero en el perro	2
COMPETENCIA	<p>La mayoría de los entrenadores de la zona no cuentan con mucha experiencia y no se adaptan a las necesidades particulares del cliente, su nivel técnico es bajo y dan mala calidad en el servicio.</p>	3	Una de las estrategias de la competencia es el ofrecimiento de sus servicios a un precio muy bajo.	4
PROVEEDORES	<p>La mayor parte del equipo que es utilizado en el entrenamiento se puede encontrar en el país.</p>	7	Alza continua de precios, sobre todo en equipo de importación y tardanza en su entrega.	9
ECONOMIA			La situación económica inestable del país.	1
GOBIERNO	<p>Nuevo gobierno propone "el cambio", tiene como misión lograr el bien común, respetando y promoviendo la dignidad de la persona, en estricto apego al derecho y la justicia con responsabilidad y honestidad; así mismo, tiene como objetivo,</p>	5	<p>Permisos de construcción y requisitos.</p> <p>Permisos y documentación para importación.</p> <p>Programa de contingencia ambiental.</p>	7

AREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PRIORIDAD	PROBLEMAS	PRIORIDAD
	coordinar y estimular la cooperación social para encontrar las necesidades de los habitantes del Municipio y prestar de manera eficiente los servicios a su cargo.			
SOCIEDAD	Busqueda de alternativas confiables y económicas para mejorar la <i>seguridad</i> . El tener un perro entrenado se ha vuelto una moda, así como el practicar con él los diferentes deportes y entrar a competencias.	2	La devaluación de la moneda influye negativamente en el poder adquisitivo de la gente.	3
CLIMA	Desastres naturales como resultado de los cambios climatológicos.	8	En tiempo de lluvias no se puede trabajar adecuadamente y se retrasan las actividades.	8
ECOLOGIA	Existe una alta tendencia de la gente a tener contacto con la naturaleza y un gran interés por conocer más acerca de como cuidarla y aprovecharla.	9	Contaminación debido a la defecación <i>canina</i>	10
TECNOLOGICO	Existen nuevas técnicas de entrenamiento y avances en el estudio del comportamiento animal. Durante el año se ofrecen diferentes cursos ó seminarios de actualización en las diferentes disciplinas de entrenamiento.	4	Las técnicas más innovadoras están hechas de acuerdo a las necesidades de otros países.	6
FISCAL	Simplificación administrativa.	6	Pago de impuestos.	5

MERCADO

OPORTUNIDADES

La población canina es elevada y la tendencia a la adquisición de perros para seguridad y compañía es alta; así como, el interés de la población por conocer más acerca de estos.

El promedio de habitantes en la zona, con medio y alto poder adquisitivo, es significativo.

Los Municipios colindantes cuentan con un buen número de fraccionamientos residenciales.

La globalización del mercado facilita el conocimiento de nuevas técnicas de entrenamiento; así como, la importación y exportación de perros y equipo.

Existe un gran número de clínicas veterinarias y tiendas de mascotas en la zona.

ACCION DE DESARROLLO

Ofrecer servicios acordes a las necesidades de los clientes que habitan en las zonas residenciales. Promover las actividades relacionadas con el mundo del perro, haciendo ver a los habitantes la utilidad de éste en la sociedad.

Aplicar las técnicas más nuevas y avanzadas en el entrenamiento así como el equipo de mayor calidad.

Ampliación del mercado hacia municipios colindantes.

Alianza con los médicos veterinarios y tiendas de mascotas de la zona, para la utilización de servicios y promoción.

PROBLEMAS

Resistencia de la gente a gastar más dinero en el perro

POSIBLE MITIGACION

Enseñar a la gente cuales son las ventajas de ser propietario de un perro entrenado.

SOCIEDAD

OPORTUNIDADES

Busqueda de alternativas confiables y económicas para mejorar la seguridad. El tener un perro entrenado se ha vuelto una moda, así como el practicar con él los diferentes deportes y entrar a competencias.

ACCION DE DESARROLLO

Ofrecer a la gente alternativas específicas ó individuales para mejorar su seguridad por medio del entrenamiento de perros a precios razonables.
Ofrecer la oportunidad de tener un perro entrenado en la disciplina que se requiera y ayudar a los clientes que así lo deseen en la práctica y mejora continua de su perro, con el fin de que participe en competencias.

PROBLEMAS

La devaluación de la moneda influye negativamente en el poder adquisitivo de la gente.

POSIBLE MITIGACION

Analizar las necesidades del cliente y hacer un programa de entrenamiento específico; hacerle ver que nuestro servicio es una inversión y no un gasto.

COMPETENCIA

OPORTUNIDADES

La mayoría de los entrenadores de la zona no cuentan con mucha experiencia y no se adaptan a las necesidades particulares del cliente, su nivel técnico es bajo y dan mala calidad en el servicio.

ACCION DE DESARROLLO

Dar a conocer a la población que en ésta empresa se cuenta con varios años de experiencia en éste campo y reconocimientos; el nivel técnico es alto, se elaboran programas específicos para cada cliente, todo ésto en un ambiente de honestidad y cordialidad.

PROBLEMAS

Una de las estrategias de la competencia es el ofrecimiento de sus servicios a un precio muy bajo.

POSIBLE MITIGACIÓN

Ofrecer precios razonables.

TECNOLÓGICO

OPORTUNIDADES

Existen nuevas técnicas de entrenamiento y avances en el estudio del comportamiento animal.

Durante el año se ofrecen diferentes cursos o seminarios de actualización en las diferentes disciplinas de entrenamiento.

ACCION DE DESARROLLO

Capacitación y actualización constante del personal, para la aplicación adecuada de las técnicas más nuevas y avanzadas.

PROBLEMAS

Las técnicas más innovadoras están hechas de acuerdo a las necesidades de otros países.

POSIBLE MITIGACIÓN

Adaptación de estas técnicas a las necesidades de México, así como la creación de nuevas técnicas que tengan mejor funcionamiento en nuestro país.

GOBIERNO

OPORTUNIDADES

Nuevo gobierno propone "el cambio", tiene como misión lograr el bien común, respetando y promoviendo la dignidad de la persona, en estricto apego al derecho y la justicia con responsabilidad y honestidad; así mismo, tiene como objetivo, coordinar y estimular la cooperación social para encontrar las necesidades de los habitantes del Municipio y prestar de manera eficiente los servicios a su cargo.

ACCION DE DESARROLLO

Aprovechar la buena disponibilidad del gobierno y hacer programas para promover el *entrenamiento canino* en toda la zona.

PROBLEMAS

Permisos de construcción y requisitos.
Permisos y documentación para importación.
Programa de contingencia ambiental.

POSIBLE MITIGACION

Cumplir con todos los requisitos que se requieran para efectuar los trámites correspondientes.
Contar con un vehículo de modelo reciente y en buenas condiciones.

FISCAL

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
Simplificación administrativa.	Contar con toda la documentación que se requiera y efectuar las declaraciones de impuestos puntuales y de forma honesta.
PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACIÓN
Pago de impuestos.	Llevar una buena administración, para poder cumplir a tiempo y de una manera eficaz con el pago de impuestos.

PROVEDORES

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
La mayor parte del equipo que es utilizado en el entrenamiento se puede encontrar en el país.	Llevar un inventario de todo el equipo para poder hacer los pedidos a tiempo y contar con todo el equipo cuando se necesite.
PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACIÓN
Alza continua de precios , sobre todo en equipo de importación y tardanza en su entrega.	Contactar directamente al fabricante y comprar por mayoreo para obtener mejores precios. Hacer los pedidos con anticipación.

CLIMA

OPORTUNIDADES

Desastres naturales como resultado de los cambios climatológicos.

PROBLEMA

En tiempo de lluvias no se puede trabajar adecuadamente y se retrasan las actividades.

ACCION DE DESARROLLO

Promover la utilización del perro de rescate y concientizar a la gente sobre la utilidad que puede tener el perro en la sociedad.

POSIBLE MITIGACIÓN

Programación de horarios para un mejor aprovechamiento del tiempo.
Buscar o acondicionar un lugar techado para poder trabajar en temporada de lluvias.

ECOLOGÍA

OPORTUNIDADES

Existe una alta tendencia de la gente a tener contacto con la naturaleza y un gran interés por conocer más acerca de como cuidarla y aprovecharla.

PROBLEMA

Contaminación debido a la defecación canina.

ACCION DE DESARROLLO

Hacer que la gente reflexione y se de cuenta, que al tener un perro en casa, tiene parte de ésta naturaleza viva y debe disfrutarla en todos sus aspectos.
Enseñar a los niños a querer, cuidar y respetar al perro, para que en un futuro sean individuos que aprecien la vida y la naturaleza.

POSIBLE MITIGACIÓN

Promover campañas a favor de la no defecación canina en la vía pública, informando sobre el manejo adecuado de los desechos.

4.2 IDENTIFICACIÓN DE FUERZAS Y DEBILIDADES

AREAS DE GESTIÓN	FUERZAS	PRIO RI DAD	DEBILIDADES	PRIO RI DAD
CLIENTELA	El porcentaje de mercado penetrado, de acuerdo a la capacidad de trabajo, es bueno. Se cuenta con un buen número de clientes satisfechos que recomiendan el servicio. Clientes constantes que gustan de mantener a sus perros en un buen nivel de trabajo.	2	Actualmente existen limitaciones, en cuanto al número de entrenamientos que se pueden realizar diariamente.	4
NIVEL TÉCNICO	Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootecnia. Curso de <i>entrenador profesional</i> . Experiencia de 13 años en entrenamiento canino. Actualización constante en el manejo de nuevas técnicas y estudios en comportamiento animal. Obtención de premios en diversos concursos de obediencia y protección.	1	No siempre se pueden tomar todos los cursos de actualización que se imparten durante el año.	8
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	Entrenadora Profesional independiente y pasante de la carrera de Medicina Veterinaria y Zootecnia.	4	No se cuenta con el personal adecuado.	3
POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS.	Las políticas son pocas y fáciles de cumplir. Se cuenta con todos los procedimientos específicos para cada situación.	6	Algunas personas fallan en el cumplimiento de los requisitos.	10
PLANES Y OBJETIVOS.	Siempre se tienen proyectos y se contemplan objetivos.	7	Algunos proyectos no se han podido llevar a cabo.	6
COSTOS Y GASTOS.	Relativamente se efectúan bajos costos y bajos gastos por operación simplificada.	5	El control de costos y gastos no se lleva con la profundidad necesaria por la operación simplificada.	5

ÁREAS DE GESTIÓN	FUERZAS	PRIORIDAD	DEBILIDADES	PRIORIDAD
------------------	---------	-----------	-------------	-----------

INSTALACIONES			No se cuenta con las instalaciones necesarias.	2
---------------	--	--	--	---

COMPETITIVIDAD.	Nivel técnico elevado, con actualización constante, años de experiencia, socio de algunas asociaciones en el campo de perros como la FCM, AMAPAC y el CCMPA. La calidad del servicio es muy profesional con pleno conocimiento de las necesidades del cliente, es flexible y adaptable; se trabaja en un ambiente de honestidad y cordialidad, en donde el cliente se siente como un amigo. Se trabaja en la comodidad de su hogar aplicando el <i>entrenamiento a sus necesidades</i> . Se informa al cliente de los diversos eventos relacionados con el mundo del perro que <i>se presentan durante el año</i> . Se maneja un precio razonable y competitivo. Se asesora al cliente en la compra y todo lo relacionado a la <i>crianza del cachorro para su crecimiento óptimo</i> .	3	Solo se imparten clases de obediencia en todos los niveles y ocasionalmente en <i>protección</i> .	7
-----------------	---	---	--	---

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	Recomendación de clientes satisfechos con el servicio. Recomendación de médicos veterinarios de la zona. Anuncios en el periódico local. Volantes. Tarjetas de presentación.	8	Los anuncios en el periódico no son constantes, ni el volanteo.	9
------------------------	--	---	---	---

CAPITAL			No se cuenta con el capital suficiente.	1
---------	--	--	---	---

NIVEL TÉCNICO

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
<p>Licenciatura en Medicina Veterinaria y Zootecnia. Curso de entrenador profesional. Experiencia de 13 años en entrenamiento canino. Actualización constante en el manejo de nuevas técnicas y estudios en comportamiento animal. Obtención de premios en diversos concursos de obediencia y protección.</p>		<p>Utilización de todos estos conocimientos y experiencia para dar un servicio profesional y de alta calidad, satisfaciendo las necesidades particulares de cada cliente.</p>	
DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCIÓN	
<p>No siempre se pueden tomar los cursos de actualización que se imparten durante el año.</p>	<p>Una mejor aplicación de las técnicas más avanzadas.</p>	<p>Seleccionar de los cursos que se imparten durante el año los que más convengan y tomarlos.</p>	

CLIENTELA

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
<p>El porcentaje de mercado penetrado, de acuerdo a la capacidad de trabajo, es bueno. Se cuenta con un buen número de clientes satisfechos que recomiendan el servicio. Clientes constantes que gustan de mantener a sus perros en un buen nivel de trabajo.</p>		<p>Ampliar el mercado, aprovechando la recomendación de clientes satisfechos y dar demostraciones con sus perros a nuevos posibles clientes. Dar clases de mantenimiento a los perros y promover el entusiasmo en sus dueños para competir en pruebas oficiales.</p>	
DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCIÓN	
<p>Actualmente existen limitaciones, en cuanto al número de entrenamientos que se pueden realizar diariamente.</p>	<p>El crecimiento rápido en el número de clientes. Mayor ingreso económico. La completa satisfacción de algunos clientes al tener que esperar.</p>	<p>Asociarse con otros entrenadores. Programación óptima de horarios para el mejor aprovechamiento del tiempo.</p>	

COMPETITIVIDAD

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
<p>Nivel técnico elevado, actualización constante, años de experiencia, socio de algunas asociaciones en el campo de perros como la FCM, AMAPAC y CCOMPA. La calidad del servicio es muy profesional con pleno conocimiento de las necesidades del cliente, es flexible y adaptable; se trabaja en un ambiente de honestidad y cordialidad, en donde el cliente se siente como un amigo. Se trabaja en la comodidad de su hogar aplicando el entrenamiento a sus necesidades. Se informa al cliente de los diversos eventos relacionados con el mundo del perro que se presentan durante el año. Se maneja un precio razonable y competitivo. Se asesora al cliente en la compra y todo lo relacionado a la crianza del cachorro para su crecimiento óptimo.</p>		<p>Óptima utilización de los recursos, para una mejor promoción de todos los servicios que se ofrecen y de esta manera ampliar el mercado.</p>	
DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCIÓN	
<p>Solo se imparten clases de obediencia en todos los niveles y ocasionalmente en protección.</p>	<p>Captar un gran número de clientes que están interesados en las demás disciplinas de entrenamiento.</p>	<p>Obtener las instalaciones adecuadas para poder impartir todas las disciplinas de entrenamiento, asociarse con otros entrenadores y conseguir los medios necesarios.</p>	

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

FUERZAS		POSIBLE ACCIÓN	
<p>Entrenador profesional independiente y pasante de la carrera de Medicina Veterinaria y Zootecnia.</p>		<p>Trato directo y personalizado a los clientes. Responsable directa del servicio y la satisfacción de las necesidades del cliente. Manejo propio del negocio, toma de decisiones y organización sin requerir de la autorización de otra persona. Libertad de acción.</p>	
DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCIÓN	
<p>No se cuenta con la cantidad adecuada de personal.</p>	<p>El crecimiento de los servicios y desarrollo de las diferentes disciplinas de entrenamiento; así como, la captación de un mayor número de clientes.</p>	<p>Relacionarse con otros entrenadores y lograr una alianza de ayuda mutua</p>	

COSTOS Y GASTOS

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
Relativamente se efectúan bajos costos y bajos gastos por operación simplificada.		Tener todo el equipo de entrenamiento en buenas condiciones y renovado. Mantener el vehículo de transporte trabajando adecuadamente.	
DEBILIDADES	IMPIDE	CORRECCIÓN	
El control de costos y gastos no se lleva con la profundidad necesaria, por la operación simplificada	Identificar el margen real de ganancias.	Contratación de un contador para que lleve el control de costos y gastos, pago de impuestos y formule informes administrativos.	

POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
Las políticas son pocas y fáciles de cumplir. Se cuenta con todos los procedimientos específicos para cada situación.		Certificar el cumplimiento de políticas y procedimientos; así como de requisitos	
DEBILIDADES	IMPIDE	CORRECCIÓN	
Algunas personas fallan con el cumplimiento de los requisitos.	Que el servicio se desarrolle de una forma correcta y se corran riesgos de diferente índole.	Hacer notar al cliente la importancia del cumplimiento de los requisitos.	

PLANEACIÓN

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
Siempre se tienen proyectos y se contemplan objetivos.		Hacer el trabajo encaminado a cumplir con las expectativas para brindar un mejor servicio.	
DEBILIDADES	IMPIDE	CORRECCIÓN	
Algunos proyectos no se han podido llevar a cabo.	Un mejor desarrollo tanto técnico como en la calidad del servicio.	Analizar cuales son los motivos por lo que no se han podido llevar a cabo y buscar nuevas alternativas para lograrlo.	

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
Recomendación de clientes satisfechos con el servicio. Recomendación de médicos veterinarios de la zona. Anuncios en el periódico local, volantes y tarjetas de representación.		Dar a conocer nuestro servicio y de ésta forma captar un mayor número de clientes.	
DEBILIDADES	IMPIDE	CORRECCIÓN	
Los anuncios en el periódico no son constantes, ni el volanteo.	Que el número de personas que conocen nuestro servicio, sea mayor.	Hacer campañas de publicidad y promoción de una forma más constante.	

CAPITAL

DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCIÓN
Capital insuficiente.	Contar con un lugar adecuado y bien establecido, en donde se cuente con todas las instalaciones necesarias para un buen desarrollo de todas las disciplinas de entrenamiento. Poder efectuar cursos de actualización a nivel internacional.	Estabilización de ingresos. Implementar un mejor plan de ahorro. Evitar al máximo gastos y costos inconvenientes. Hacer estudios de viabilidad y factibilidad de crecimiento.

5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

5.1 ELABORACIÓN DE OBJETIVOS Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS

OBJETIVO 1: OBTENER LOS RECURSOS ECONÓMICOS NECESARIOS QUE ASCIENDEN A \$ 1,400,000.00, PARA FINALES DEL MES DE FEBRERO DE 1999.

ESTRATEGIAS: 1.1 CONVENCER A INVERSIONISTAS

1.2 ANALIZAR LA POSIBILIDAD DE OBTENER EL FINANCIAMIENTO POR MEDIO DE LA NACIONAL FINANCIERA SNC.

PLAN DE ACCION	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINACIÓN	
1.1.1 Elaborar un documento de presentación de proyecto rentable.	1-Feb-99	5-Feb-00	Director General
1.1.2 Identificar a cinco inversionistas.	6-Feb-99	12-Feb-99	Director General
1.1.3 Juntas con inversionistas; presentación de documento de proyecto rentable.	13-Feb-99	19-Feb-99	Director General
1.1.4 Concretar trato con inversionistas interesados.	20-Feb-99	26-Feb-99	Director General
1.2.1 Investigar posibilidad de crédito en NAFINSA SNC, y realizar gestiones de presentación.	1-Feb-99	10-Feb-99	Director General
1.2.2 Presentación de proyecto de inversión a NAFINSA.	11-Feb-99	17-Feb-09	Director General
1.2.3 Obtener definición de NAFINSA.	18-Feb-99	26-Feb-99	Director General

OBJETIVO 2: CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES DEL 9 DE MARZO AL 31 DE MAYO DE 1999.

ESTRATEGIAS: 2.1 ACTIVAR COMPRA DE TERRENO

2.2 ACTIVAR CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTALACIONES

2.3 ACTIVAR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

PLAN DE ACCIÓN	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINACIÓN	
2.1.1 Contactar Vendedor.	27-Feb-99	3-Mar-99	Director General Inversionistas
2.1.2 Contactar Notario.	27-Feb-99	3-Mar-99	Director General Inversionistas
2.1.3 Efectuar Compra- Venta del terreno	4-Mar-99	8-Mar-99	Director General Inversionistas
2.2.1 Seleccionar constructores	27-Feb-99	8-Mar-99	Director General Inversionistas
2.2.2 Tramitar permisos de construcción.	27-Feb-99	15-Mar-99	Director General Constructor
2.2.3 Planeación y programación de la construcción.	27-Feb-99	8-Mar-99	Director General Constructor
2.2.4 Construir las instalaciones	9-Mar-99	31-May-99	Constructor Director General
2.3.1 Listar permisos.	1-Jun-99	2-Jun-99	Director General Administrador
2.3.2 Tramitar permisos.	3-Jun-99	20-Jun-99	Director General Administrador

OBJETIVO 3: DAR A CONOCER LA ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO AL PUBLICO EN 40 FRACCIONAMIENTOS DE LA ZONA DE NAUCALPAN, EN LOS MESES DE JUNIO A AGOSTO DE 1999

ESTRATEGIAS: 3.1 PROMOCIONAR POR MEDIO DE MVZ Y TIENDAS DE MASCOTAS DE LA ZONA.

3.2 ANUNCIAR POR MEDIO DE PERIÓDICOS DE LA ZONA LA ESCUELA.

3.3 PONER MÓDULOS DE INFORMACIÓN EN PLAZAS COMERCIALES

3.4 ANUNCIAR POR MEDIO DE VOLANTES DE INFORMACIÓN

PLAN DE ACCION	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINACION	
3.1.1 Hacer directorio de consultorios de MVZ y tiendas de mascotas.	1-Jun-99	10-Jun-99	Director General Administrador
3.1.2 Visitarlos y hacer alianza reciproca; dejarles propaganda.	11-Jun-99	31-Jul-99	Director General Administrador
3.2.1 Diseñar anuncio.	1-Jun-99	10-Jun-99	Director General Administrador
3.2.2 Anunciar en periódicos locales una vez por quincena 3 meses	11-Jun-99	15-Sep-99	Administrador Director General
3.3.1 Seleccionar dos centros comerciales.	1-Jun-99	5-Jun-99	Administrador Director General
3.3.2 Negociar módulos en centros comerciales.	6-Jun-99	14-Jun-99	Director General Administrador
3.3.3 Instalar y operar módulos	15-Jun-99	15-Ago-99	Administrador Director General
3.4.1 Diseñar e imprimir volantes de información y promoción	1-Jun-99	10-Jun-99	Administrador Director General
3.4.2 Distribuir volantes casa por casa y en Av. importantes	11-Jun-99	15-Ago-99	Administrador Director General

OBJETIVO 4: CONTRATAR PERSONAL EN LOS MESES DE ABRIL Y MAYO DE 1999

ESTRATEGIAS: 4.1 ASISTIR A PRUEBAS DE TRABAJO REALIZADAS POR LAS DIFERENTES ORGANIZACIONES CANOFILAS.

4.2 DESPLEGAR ANUNCIOS EN PERIÓDICOS.

PLAN DE ACCIÓN	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINACIÓN	
4.1.1 Investigar calendarios de pruebas y seleccionar las de mayor interés.	1-Abr-99	10-Abr-99	Director General
4.1.2 Asistir a las pruebas y seleccionar posibles candidatos.	11-Abr-99	30-Jun-99	Director General Administrador
4.1.3 Contactar con candidatos y pactar entrevista. Contratar.	1-May-99	30-Jun-99	Director General Administrador
4.2.1 Diseñar anuncio.	1-Abr-99	10-Abr-99	Director General
4.2.2 Publicar en periódicos semanalmente.	11-Abr-99	20-May-99	Director General
4.2.3 Entrevistar y contratar.	1-May-99	20-May-99	Director General

6. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.1A PRESUPUESTO DE INVERSIONES TERRENO Y EDIFICACIONES

DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN	TOTAL \$	1999					2000			
		MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	FEB	MAR	ABR	MAY
BIENES RAICES (ACTIVO FIJO)										
COMPRA TERRENO	600,000	600,000								
OFICINAS Y ZONA DE ESTAR	79,040	39,520	39,520							
AREA DE ENTRENADORES	18,240	9,120	9,120							
32 JAULAS	255,900	85,300	85,300	85,300						
PISTA TECHADA	73,440		36,720	36,720						
CASETA DE VIGILANCIA	15,960	15,960								
BAÑO PARA PERROS	10,792	10,792								
BODEGA	18,413	18,413								
BARDA PERIMETRAL	10,865	10,865								
PASTO Y CERCA CICLÓNICA	68,040	68,040								
CISTERNA, TINACOS Y BOMBAS	9,206	9,206								
ESTUD. PRELIM Y PROYECTO	15,000	15,000								
TRAMIT. PERMISOS Y LICENCIA	25,000	25,000								
SUMA	1,199,896	907,216	170,660	122,020						

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.2 FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	1999								2000				
	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY
BANCOS													
SALDO BANCOS	131,486	7,380	0	193	9,995	21,396	44,540	63,007	86,894	110,355	133,588	159,736	196,977
INGRESOS													
VENTAS		38,896	52,906	68,272	76,662	87,072	90,128	87,683	94,967	94,132	103,706	117,521	115,016
PRESTAMOS													
SUMA INGRESOS+BANCO	131,486	46,276	52,906	68,465	86,657	108,468	134,668	155,690	181,861	204,487	237,294	277,257	311,993
EGRESOS													
INVERSIONES	124,106												
COSTO		13,301	18,503	25,521	32,113	30,730	33,763	34,433	37,568	37,311	41,100	46,422	45,103
GASTO		32,975	34,210	32,949	33,148	33,198	32,898	34,363	33,938	33,588	36,458	33,858	38,058
PAGO INTERESES													
SUMA EGRESOS	124,106	46,276	52,713	58,470	65,261	63,928	66,661	68,796	71,506	70,899	77,558	80,280	83,161
SALDO	7,380	0	193	9,995	21,396	44,540	68,007	86,894	110,355	133,588	159,736	196,977	226,832

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.3A PRESUPUESTO DE COSTOS DE JUNIO A NOVIEMBRE DE 1999

PRODUCTO	COSTO UNIT.	JUN		JUL		AGO		SEP		OCT		NOV	
		CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO
Curso de Obediencia Básica	700	4	2,800	5	3,500	6	4,200	6	4,200	6	4,200	7	4,900
Curso de Obediencia Avanzada	700	1	700	2	1,400	2	1,400	4	2,800	2	1,400	2	1,400
Curso de Obediencia Especializada	700	1	700	1	700	1	700	0	0	1	700	0	0
C. Obediencia P. transpor. Básica	1,300	3	3,900	3	3,900	5	6,500	8	10,400	6	7,800	6	7,800
C. Obedien. P. transpor. Avanzada	1,300	1	1,300	2	2,600	1	1,300	2	2,600	3	3,900	4	5,200
C. Obedien. P. transpor. Especializa	1,300	0	0	1	1,300	1	1,300	0	0	1	1,300	1	1,300
C. Obedien. a domicilio Básica	64	4	256	6	384	10	640	12	768	16	1,024	15	960
C. Obedien. a domicilio Avanzada	64	1	64	4	256	6	384	3	192	5	320	7	448
C. Obedien. a domicilio Especializa	64	0	0	0	0	2	128	2	128	1	64	1	64
Pensión con entrenamiento	13	7	91	9	117	16	208	16	208	15	195	15	195
Pensión sin entrenamiento	18	6	108	8	144	5	90	0	0	12	216	9	162
Curso de Guardia y Protección N1	925	0	0	1	925	3	2,775	2	1,850	2	1,850	2	1,850
Curso de Guardia y Protección N2	925	0	0	0	0	1	925	2	1,850	1	925	1	925
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N1	125	0	0	0	0	1	125	3	375	2	250	3	375
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N2	125	0	0	0	0	0	0	1	125	3	375	2	250
Perros para Schutzhund I	1,212	1	1,212	1	1,212	2	2,424	2	2,424	2	2,424	3	3,636
Perros para Schutzhund II	1,505	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Perros para Schutzhund III	1,505	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Club entrenamiento Obediencia N1	84	10	840	10	840	13	1,092	12	1,008	12	1,008	12	1,008
Club entrenamiento Obediencia N2	84	0	0	0	0	0	0	10	840	8	672	10	840
Club entrenamiento Guard. Prot N1	112	10	1,120	10	1,120	10	1,120	10	1,120	8	896	10	1,120
Club entrenamiento Guard. Prot N2	112	0	0	0	0	0	0	10	1,120	8	896	10	1,120
Asesoría en crianza	105	2	210	1	105	2	210	1	105	3	315	2	210
Venta de perros entrenados			0		0		0		0		0		0
SUMA PARCIAL			13,301		18,503		25,521		32,113		30,730		33,763
SUMA ACUMULADA			13,301		31,804		57,325		89,438		120,168		153,931

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.3B PRESUPUESTO DE COSTOS DE DICIEMBRE DE 1999 A MAYO DE 2000

PRODUCTO	COSTO UNIT.	DIC		ENE		FEB		MAR		ABR		MAY	
		CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO	CANT.	COSTO
Curso de Obediencia Básica	700	7	4,900	7	4,900	8	5,600	9	6,300	9	6,300	10	7,000
Curso de Obediencia Avanzada	700	2	1,400	3	2,100	2	1,400	3	2,100	5	3,500	5	3,500
Curso de Obediencia Especializada	700	1	700	1	700	1	700	0	0	1	700	1	700
C. Obediencia P. transpor. Básica	1,300	5	6,500	7	9,100	8	10,400	7	9,100	7	9,100	5	6,500
C. Obedien. P. transpor. Avanzada	1,300	3	3,900	3	3,900	2	2,600	4	5,200	4	5,200	5	6,500
C. Obedien. P. transpor. Especializ	1,300	1	1,300	1	1,300	1	1,300	1	1,300	2	2,600	2	2,600
C. Obedien. a domicilio Básica	64	20	1,280	19	1,216	22	1,408	23	1,472	25	1,600	18	1,152
C. Obedien. a domicilio Avanzada	64	7	448	5	320	8	512	9	576	10	640	7	448
C. Obedien. a domicilio Especializa	64	2	128	2	128	3	192	2	128	3	192	1	64
Pensión con entrenamiento	13	19	247	19	247	18	234	20	260	23	299	30	390
Pensión sin entrenamiento	18	12	216	10	180	16	288	12	216	10	180	10	180
Curso de Guardia y Protección N1	925	3	2,775	3	2,775	3	2,775	3	2,775	4	3,700	5	4,625
Curso de Guardia y Protección N2	925	2	1,850	2	1,850	1	925	2	1,850	1	925	3	2,775
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N	125	5	625	3	375	4	500	3	375	5	625	3	375
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N	125	1	125	2	250	2	250	3	375	4	500	2	250
Perros para Schutzhund I	1,212	3	3,636	2	2,424	2	2,424	1	1,212	1	1,212	1	1,212
Perros para Schutzhund II	1,505	0	0	1	1,505	1	1,505	2	3,010	3	4,515	3	4,515
Perros para Schutzhund III	1,505	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Club entrenamiento Obediencia N1	84	12	1,008	12	1,008	12	1,008	14	1,176	14	1,176	7	588
Club entrenamiento Obediencia N2	84	10	840	10	840	10	840	12	1,008	12	1,008	6	504
Club entrenamiento Guard. Prot N1	112	10	1,120	10	1,120	10	1,120	10	1,120	10	1,120	5	560
Club entrenamiento Guard. Prot N2	112	10	1,120	10	1,120	10	1,120	11	1,232	10	1,120	5	560
Asesoría en crianza	105	3	315	2	210	2	210	3	315	2	210	1	105
Venta de perros entrenados			0		0		0		0		0		
SUMA PARCIAL			34,433		37,568		37,311		41,100		46,422		45,103

*SUMA DE LA HOJA ANTERIOR

SUMA ACUMULADA	153,931 *	188,364	225,932	263,243	304,343	350,765	395,868
-----------------------	------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.4 PRESUPUESTO DE GASTOS

N°	CONCEPTO	1999								2000					TOTAL
		JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY		
1	SUELDOS	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	15,400	184,800
2	PRESTACIONES	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	2,980	35,760
3	SEMINARIOS ACT.		800					800							1,600
4	LUZ	125		264		300		325		350		400	200		1,964
5	AGUA	150	160	160	200	200	200	300	300	300	400	400	400	400	3,170
6	TELÉFONO	350	400	400	430	430	430	480	480	480	500	500	500	500	5,380
7	PERMISOS	500													500
8	AFIL. ASOCIACION		300	275	250										825
9	MANTENITO INST.	400	400	400	500	500	500	600	600	600	700	700	700	700	6,600
10	MANTENITO VEH.		700						700		3,000		4,400		8,800
11	GAS Y LUBRICANT.	520	520	520	788	788	788	788	788	788	788	788	788	788	8,652
12	GASTOS OFICINA	150	150	150	200	200	200	250	250	250	250	250	250	250	2,550
13	PROPAGANDA	400	400	400	400	400	400	440	440	440	440	440	440	440	5,040
14	RENTA INSTAL.	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000	144,000
	SUMA	32,975	34,210	32,949	33,148	33,198	32,898	34,363	33,938	33,588	36,458	33,858	38,058	409,641	

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.5A PRESUPUESTO DE VENTAS DE JUNIO A NOVIEMBRE DE 1999

PRODUCTO	PRECIO	JUN		JUL		AGO		SEP		OCT		NOV	
	UNIT.	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO
Curso de Obediencia Básica	2,000	4	8,000	5	10,000	6	12,000	6	12,000	6	12,000	7	14,000
Curso de Obediencia Avanzada	2,000	1	2,000	2	4,000	2	4,000	4	8,000	2	4,000	2	4,000
Curso de Obediencia Especializada	2,000	1	2,000	1	2,000	1	2,000	0	0	1	2,000	0	0
C. Obedien. P. transpor. Básica	2,800	3	8,400	3	8,400	4	11,200	5	14,000	6	16,800	5	14,000
C. Obedien. P. transpor. Avanzada	2,800	1	2,800	2	5,600	1	2,800	2	5,600	3	8,400	4	11,200
C. Obedien. P. transpor. Especializa	2,800	0	0	1	2,800	1	2,800	1	2,800	1	2,800	1	2,800
C. Obedien. a domicilio Básica	130	4	520	6	780	10	1,300	12	1,560	16	2,080	15	1,950
C. Obedien. a domicilio Avanzada	130	1	130	4	520	6	780	3	390	5	650	7	910
C. Obedien. a domicilio Especializa	130	0	0	0	0	2	260	2	260	1	130	1	130
Pensión con entrenamiento	700	7	4,900	9	6,300	14	9,800	16	11,200	15	10,500	15	10,500
Pensión sin entrenamiento	80	6	480	8	640	5	400	0	0	12	960	9	720
Curso de Guardia y Protección N1	2,500	0	0	1	2,500	2	5,000	1	2,500	2	5,000	2	5,000
Curso de Guardia y Protección N2	2,500	0	0	0	0	1	2,500	0	0	1	2,500	1	2,500
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N1	300	0	0	0	0	1	300	3	900	2	600	3	900
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N2	300	0	0	0	0	0	0	1	300	3	900	2	600
Perros para Schutzhund I	3,466	1	3,466	1	3,466	2	6,932	2	6,932	2	6,932	3	10,398
Perros para Schutzhund II	4,300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Perros para Schutzhund III	4,300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Club entrenamiento Obediencia N1	240	10	2,400	10	2,400	10	2,400	12	2,880	12	2,880	12	2,880
Club entrenamiento Obediencia N2	240	0	0	0	0	0	0	8	1,920	8	1,920	8	1,920
Club entrenamiento Guard. Prot N1	320	10	3,200	10	3,200	10	3,200	8	2,560	8	2,560	8	2,560
Club entrenamiento Guard. Prot N2	320	0	0	0	0	0	0	8	2,560	8	2,560	8	2,560
Asesoría en crianza	300	2	600	1	300	2	600	1	300	3	900	2	600
Venta de perros entrenados			0		0		0		0		0		0
SUMA PARCIAL			38,896		52,906		68,272		76,662		87,072		90,128
SUMA ACUMULADA			38,896		91,802		160,074		236,736		323,808		413,936

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.5B PRESUPUESTO DE VENTAS DE DICIEMBRE DE 1999 A MAYO DE 2000

PRODUCTO	PRECIO	DIC		ENE		FEB		MAR		ABR		MAY	
	UNIT.	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO	CANT.	PRECIO
Curso de Obediencia Básica	2,000	7	14,000	7	14,000	8	16,000	9	18,000	9	18,000	10	20,000
Curso de Obediencia Avanzada	2,000	2	4,000	3	6,000	2	4,000	3	6,000	5	10,000	5	10,000
Curso de Obediencia Especializada	2,000	1	2,000	1	2,000	1	2,000	0	0	1	2,000	1	2,000
C. Obediencia P. transpor. Básica	2,800	5	14,000	7	19,600	8	22,400	7	19,600	7	19,600	5	14,000
C. Obedien. P. transpor. Avanzada	2,800	3	8,400	3	8,400	2	5,600	4	11,200	4	11,200	5	14,000
C. Obedien. P. transpor. Especializa	2,800	1	2,800	1	2,800	1	2,800	1	2,800	2	5,600	2	5,600
C. Obedien. a domicilio Básica	130	20	2,600	19	2,470	22	2,860	23	2,990	25	3,250	18	2,340
C. Obedien. a domicilio Avanzada	130	7	910	5	650	8	1,040	9	1,170	10	1,300	7	910
C. Obedien. a domicilio Especializa	130	2	260	2	260	3	390	2	260	3	390	1	130
Pensión con entrenamiento	25	19	475	19	475	18	450	20	500	23	575	30	750
Pensión sin entrenamiento	80	12	960	10	800	16	1,280	12	960	10	800	10	800
Curso de Guardia y Protección N1	2,500	3	7,500	3	7,500	3	7,500	3	7,500	4	10,000	5	12,500
Curso de Guardia y Protección N2	2,500	2	5,000	2	5,000	1	2,500	2	5,000	1	2,500	3	7,500
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N1	300	5	1,500	3	900	4	1,200	3	900	5	1,500	3	900
Simulacros a dom. Guar. y Prot. N2	300	1	300	2	600	2	600	3	900	4	1,200	2	600
Perros para Schutzhund I	3,466	3	10,398	2	6,932	2	6,932	1	3,466	1	3,466	1	3,466
Perros para Schutzhund II	4,300	0	0	1	4,300	1	4,300	2	8,600	3	12,900	3	12,900
Perros para Schutzhund III	4,300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Club entrenamiento Obediencia N1	240	12	2,880	12	2,880	12	2,880	14	3,360	14	3,360	7	1,680
Club entrenamiento Obediencia N2	240	10	2,400	10	2,400	10	2,400	12	2,880	12	2,880	6	1,440
Club entrenamiento Guard. Prot N1	320	10	3,200	10	3,200	10	3,200	10	3,200	10	3,200	5	1,600
Club entrenamiento Guard. Prot N2	320	10	3,200	10	3,200	10	3,200	11	3,520	10	3,200	5	1,600
Asesoría en crianza	300	3	900	2	600	2	600	3	900	2	600	1	300
Venta de perros entrenados			0		0		0		0		0		
SUMA PARCIAL			87,683		94,967		94,132		103,706		117,521		115,016
*SUMA DE LA HOJA ANTERIOR													
SUMA ACUMULADA	413,936 *		501,619		596,586		690,718		794,424		911,945		1,026,961

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

6.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTO	1999							2000					TOTAL
	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	
VENTAS	38,896	52,906	68,272	76,862	97,072	90,128	87,693	94,967	94,132	103,706	117,521	115,016	1,026,961
MENOS													
COSTO DE VENTAS	13,301	18,503	25,321	32,113	30,730	33,763	34,493	37,568	37,311	41,100	46,422	45,103	395,868
IGUAL A													
UTILIDAD BRUTA	25,595	34,403	42,951	44,749	66,342	56,365	53,200	57,399	56,821	62,606	71,099	69,913	631,093
MENOS													
GASTOS DE ADMINISTRACION	32,975	34,210	32,949	33,148	33,198	32,898	34,363	33,938	33,588	36,458	33,858	38,058	409,641
% GASTOS ADMINISTRACION SOBRE LA VENTA	84.78	64.66	48.26	43.24	38.13	36.50	39.19	35.74	35.68	35.16	28.81	33.09	39.89
IGUAL A													
RESULTADO DE OPERACION	-7,380	193	9,802	11,401	23,144	23,467	18,987	23,461	23,233	26,148	37,241	31,855	221,452
% RESULTADO OPERACION SOBRE LA VENTA	-18.97	0.36	14.36	14.87	26.58	26.04	21.54	24.70	24.68	25.21	31.69	27.70	21.56

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

6.7 HOJA DE SOPORTE PRESUPUESTAL

1. Inversiones:

Para costo del terreno y edificaciones se consultó a un arquitecto, el cual nos proporcionó un presupuesto que se anexa en la página núm. 52 de esta sección. En cuanto al terreno se consideró que está localizado en un lugar considerado como zona popular exejido, con un costo de \$ 200.00 el M2.

2. Ventas (servicios, precio y duración):

- a) Cursos de obediencia (3 niveles), precio \$ 2,000.00, duración un mes (20 clases), cada nivel.
- b) Cursos de obediencia (3 niveles) con servicio de transporte diario (casa-escuela-casa), precio \$ 2,800.00, duración un mes (20 clases), cada nivel.
- c) Clases de obediencia a domicilio en los 3 niveles, precio \$ 130.00 por clase.
- d) Pensión para perros con servicio de entrenamiento, precio \$ 700.00 un mes.
- e) Pensión para perros sin servicio de entrenamiento, precio \$ 80.00 por día.
- f) Cursos de guardia y protección (2 niveles), precio \$ 2,500.00, duración un mes.
- g) Simulacros de protección a domicilio, precio \$ 300.00 cada uno.
- h) Schutzhund I, precio \$ 3,466.00 por mes, duración 6 meses.
SchH II, precio \$ 4,300.00 por mes, duración 2 meses.
SchH III, precio \$ 4,300.00 por mes, duración 2 meses.
- i) Club de entrenamiento en obediencia (2 niveles), precio \$ 240.00 por mes (4 clases), duración 3 meses por nivel .
- j) Club de entrenamiento en protección (2 niveles), precio \$ 320.00 por mes, duración 3 meses por nivel (1 clase semanal).
- k) Asesorías en crianza, precio \$ 300.00 por clase, duración aproximada de 75 min.

3. Costos:

De acuerdo a la información obtenida en otras escuelas de entrenamiento, se obtuvo que el costo de honorarios por entrenador es del 30% del precio de venta del servicio, y que se debe considerar también un costo del 5% por el desgaste de equipo.

4. Gastos:

- a) Sueldos: Director General \$ 5,000.00, Entrenador Técnico \$ 3,000.00, Administrador \$ 3,000.00, Chofer \$ 1,500.00, Conserje \$1,200.00, Velador \$ 1,200.00, y Contador \$ 500.00.
- b) Prestaciones: Se consideró que el costo promedio de prestaciones es 20% del sueldo.
- c) Renta: Se consideró el 1% del valor del terreno e instalaciones.

ESCUELA DE ENTRENAMIENTO CANINO

ESTUDIO DE COSTOS PARAMÉTRICOS

Nº	Partida y/o concepto	Unidad	Cantidad	recio Unit.	Importe
A-01	Terreno	M2	3,000.00	200.00	600,000.00
B-02	Proyecto y estudios Preliminares	Est.	1.00	15,000.00	15,000.00
B-03	Tramites permisos y licencias	Tram.	1.00	25,000.00	25,000.00
C-01	Oficinas Administrativas	M2	52.00	1,520.00	79,040.00
C-02	Área de entrenadores	M2	12.00	1,520.00	18,240.00
C-03	Módulo de 4 jaulas	Pza	8.00	31,987.50	255,900.00
C-04	Pista techada	M2	144.00	510.00	73,440.00
C-05	Caseta de vigilancia	M2	10.50	1,520.00	15,960.00
C-06	Baño para perros	M2	7.10	1,520.00	10,792.00
C-07	Bodega	M2	16.00	1,150.79	18,412.64
C-08	Barda perimetral	Ml	74.00	146.83	10,865.42
C-09	Pasto y cerca ciclónica	M2	1,620.00	42.00	68,040.00
C-10	Cisterna, tñacos y bombas	Lote	1.00	9,206.35	9,206.35
Importe total					1,199,896.41

Notas generales

En los Precios Unitarios, se incluyen los costos por materiales, herramienta, y mano de obra, de los conceptos de las diferentes partidas que lo conforman, siendo: Obra Civil, Instalación Hidráulica, Instalación Eléctrica, e Instalación de gas.

Las edificaciones propuestas son del tipo ligera, empleando muros de block de concreto acabado aparente, pisos de cemento pulido integral, techumbres de lámina estructural con estructuras de alma abierta de perfiles estructurales comerciales, acabados de pintura vinílica y de esmalte en zonas sanitarias, así mismo las instalaciones Hidráulicas se consideraron de PVC y de cobre tipo M, en las Inst. Sanitarias, tubería de P.V.C. y tubos de concreto simple, para Inst. Eléctricas estas son del tipo aparente con tuberías conduit Galv. PD y accesorios económicos, la cancelería y herrería de Lamina negra calibre 18 con cristal de 4mm.

7. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- 1.- De acuerdo al plan de Ventas, del cual se deducen sus costos y considerando el presupuesto de los gastos de administración, se obtiene un estado de resultados proyectado, en el que a partir del segundo mes se empieza a tener utilidades y al cabo del lapso de 12 meses de operación, se tiene una utilidad acumulada de \$ 221,452.00, que da un porcentaje sobre la venta de 21.56, con lo cual se deduce que el proyecto es rentable.
- 2.- El punto de equilibrio se alcanza con una venta mínima de \$ 53,000.00.
- 3.- Se sugiere establecer un tope máximo del 28 % de gastos sobre la venta, que es el punto en donde se obtiene mayor porcentaje de utilidad en el estado de resultados proyectado; esto se puede lograr, optimizando el desempeño en la Administración; o sea, tendiendo a tener mayor venta en base al mismo costo de administración.
- 4.- La tendencia de ventas es creciente, y haciendo una predicción en base al promedio de los tres últimos meses, se puede estimar una utilidad de \$ 381,000.00 para el segundo año de operación.
- 5.- Se requiere una inversión de \$ 1,200,00.00, para la compra del terreno y la construcción de instalaciones, de ello se dedujo que la posible renta por las instalaciones es de \$ 12,000.00 por mes (1 %); o sea, que se podría rentar una instalación similar. En los gastos de administración se consideró ese gasto como renta del local. En el caso de considerar la aportación de \$ 1,200,000.00 integrada al negocio, la utilidad subiría \$ 144,000.00, al restar el gasto por renta; sin embargo, se debe considerar el programa de amortización del inmueble, el inversionista como socio de la empresa recibiría utilidades cada año de acuerdo a los resultados y sus acciones.
- 6.- Para equipamiento del negocio se requiere una aportación de \$ 124,106.00, y una aportación mínima de \$7,380.00 para garantizar la operación en los dos primeros meses.
- 7.- El negocio es rentable y viable ya que:
 - El programa de ventas es creciente.
 - Los costos y gastos permiten una utilidad aceptable.
 - La inversión para instalaciones se refiere a un bien raíz, el cual se actualiza en precio de acuerdo a la inflación y al desarrollo del lugar.
 - La inversión para equipamiento, es baja, comparada con la utilidad del año.
 - El estado de resultados exceptuando el primer mes es siempre positivo.
 - El flujo de efectivo es siempre positivo.

8. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- 1.- KOTLER, Phillip,
Mercadotecnia,
3ª edición,
Prentice Hall,
México, 1989.
- 2.- H. Ayuntamiento Constitucional de
Naucalpan de Juárez, Estado de México,
Bando Municipal
1998 - 2000.
- 3.- GIORGIO, Teich Alasia,
Enciclopedia Práctica del Pastor Alemán,
Ed. Vecchi, S. A.,
España, 1990.
- 4.- Los Perros
Gran Enciclopedia Canina,
Volumen 1, fascículo 4,
Ed. Planeta- De Agostini, S. A.,
España, 1985.
- 5.- PAYRÓ, Dueñas José Luis MVZ,
El Perro y su Mundo,
Tratado de Zootecnia Canina,
Cía. Editorial Loera Chávez Hnos. S. A.,
México, 1981.