

27
2ej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

**MERCADOTECNIA VETERINARIA
BASES MERCADOLOGICAS PARA LA
INSTALACION DE UNA ESTETICA
CANINA EN CUAUTITLAN IZCALLI.**

**TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE :
MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA
P R E S E N T A :
MARIA GEORGINA GONZALEZ ACOSTA**

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

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO.

1999.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

271836



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
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

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

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLÁN



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

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

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-Cuautilán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotecnia Veterinaria. - Bases Mercadológicas para la
Instalación de una Estética Canina en Cuautilán Izcalli.

que presenta la pasante: María Georgina González Acosta
con número de cuenta: 7735001-3 para obtener el Título de:
Médica Veterinaria Zootecnista

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

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautilán Izcalli, Edo. de México, a 15 de febrero de 1999

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
I	M.V.Z. Sergio Cortés y Huerta	
II	M.C. Antonio Ramón Herrera	
IV	Lic. Aminta Silva Gómez	

A Dios:

**Gracias a Él existo;
es mi Guía e Inspiración.**

A David, Daniel y Montserrat:

**Con amor, por su apoyo,
fortaleza y empuje para
la realización de este trabajo.**

A mi Madre:

**Por la valiosa ayuda y tiempo
que me ha dedicado.**

A Bárbara:

Por su estímulo y comprensión.

Al M.V.Z. Sergio Cortés:

Por haber puesto a mi alcance las herramientas necesarias para mi superación personal y académica; su entrega incondicional hizo posible la culminación de un objetivo más en mi vida, el cual sin su ayuda no habría sido posible alcanzar.

**A su equipo de colaboradores
Carlos, Aminta, Antonio, Arturo y Luis:**

**Gracias por su paciencia y
conocimientos aportados
a lo largo del desarrollo de
este trabajo.**

ÍNDICE

Introducción.....	1
1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO.....	2
1.1 Misión.....	3
1.2 Visión.....	4
1.3 Organigrama.....	5
1.4 Descripción de puestos por área de resultados.....	6
2. INFORMACIÓN BÁSICA.....	10
2.1 Información externa.....	11
2.2 Información interna.....	13
3. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	14
3.1 Identificación de oportunidades y problemas.....	15
3.2 Identificación de fuerzas y debilidades.....	16
3.3 Análisis del entorno.....	18
3.4 Análisis de la empresa.....	20
4. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO.....	22
4.1 Objetivo uno.....	23
4.2 Objetivo dos.....	24
4.3 Objetivo tres.....	25
4.4 Objetivo cuatro.....	26
5. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS.....	27
5.1 Presupuesto de inversiones.....	28
5.2 Flujo de efectivo proyectado.....	29
5.3 Presupuesto de costos.....	31
5.4 Presupuesto de gastos de administración.....	34
5.5 Presupuesto de ventas.....	35
5.6 Estado de resultados proyectado.....	38
6. CONCLUSIONES.....	39
Anexos.....	41
Bibliografía.....	43

INTRODUCCIÓN

Actualmente la adquisición de mascotas ha ido en aumento, así como la preocupación de su salud y bienestar. Adoptar un animalito como mascota exige responsabilidad, esto es compromiso para que tenga una vida digna. Se está formando una nueva cultura y educación en la relación hombre-perro y esto ha dado pauta para que los dueños se preocupen más por la apariencia externa e higiene de su mascota.

La industria canina esta tomando un gran auge y es por eso que las necesidades de servicio medico veterinario, estética canina y entrenamiento entre otros, ha aumentado.

Por esto se planea la instalación de una estética canina para cubrir las necesidades de los propietarios de mascotas en cuanto a su aspecto externo, higiene y bienestar, e incluir la venta de productos y accesorios que sean de utilidad para el cuidado de éstas.

1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

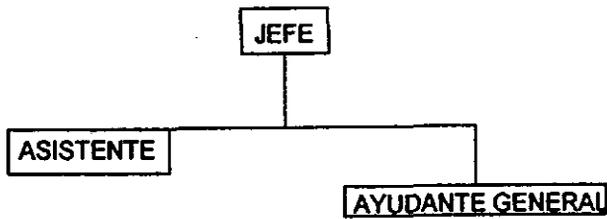
1.1 MISIÓN

Buscar la satisfacción de los dueños de las mascotas, ofreciendo servicio, atención y técnicas adecuadas en cada caso, para el cuidado del aspecto estético de los animales.

1.2 VISIÓN

Ser reconocidos como el lugar ideal para el embellecimiento de las mascotas por la calidad, servicio y atención que se proporcionen.

1.3 ORGANIGRAMA



1.4 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREA DE RESULTADOS

Título del puesto: JEFE (M.V.Z.)

Misión del puesto: Funcionalidad del negocio.

Área de Resultado	Responsabilidades	Parámetros
PLANEACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Información básica, externa e interna. 	% de funcionalidad
	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de organigrama. • Descripciones de puesto 	% de carga de trabajo
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar problemas-oportunidades, fuerzas y debilidades. 	No. de problemas
	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la información. 	No. de aciertos
	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de objetivos y estrategias. 	% de resultados
ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización del organigrama. 	No. de quejas
	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas y procedimientos. 	No. de problemas y de reprocesos
LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none"> • Selección y contratación de personal. 	No. de renunciaciones
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y desarrollo del personal. 	No. de reclamos
	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación en el personal. 	No. de faltas
	<ul style="list-style-type: none"> • Integración del equipo de trabajo. 	No. de problemas resueltos.
CONTROL	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo de resultados. 	Presupuesto

Título del puesto: JEFE (M.V.Z.)

Área de Resultado	Responsabilidades	Parámetros
ESTÉTICA Y SALUD ANIMAL	<ul style="list-style-type: none">• Revisión clínica de mascotas y realizar cortes específicos.	No. de baños y peluquerías
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS	<ul style="list-style-type: none">• Negociación con proveedores.	Mejor precio y calidad al cliente

Título del puesto: ASISTENTE**Misión: Proporcionar apoyo en peluquería y manejo de las mascotas.**

Área de Resultado	Responsabilidades	Parámetros
MANEJO DE ANIMALES	<ul style="list-style-type: none">• Auxiliar en el manejo de mascotas nerviosas o agresivas.• Baño de las mascotas.	Mayor seguridad para la mascota y el M.V.Z. Eficiencia en el tiempo de lavado.
ESTÉTICA CANINA	<ul style="list-style-type: none">• Ayudar en peluquería general.	Satisfacción del dueño.
MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">• Desinfección de cuchillas, tijeras, peines.• Encargado de llevar al centro especializado para la afilación de cuchillas.	Disminución del riesgo de infecciones en piel. Mayor eficiencia y calidad en cortes.
VENTAS	<ul style="list-style-type: none">• Atención al cliente.• Venta de productos y servicios.	Número de clientes que regresan
INTENDENCIA	<ul style="list-style-type: none">• Aseo del área de trabajo	Número de quejas

Título del puesto: AYUDANTE GENERAL

Misión: Proporcionar información, atención y ventas.

Área de Resultado	Responsabilidades	Parámetros
ATENCIÓN AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none">• Recepción de mascotas.• Proporcionar información.	Número de clientes que regresan.
VENTAS	<ul style="list-style-type: none">• Entrega y cobro de servicios y productos.	Número de quejas.
INVENTARIOS	<ul style="list-style-type: none">• Control de entradas y salidas de accesorios y productos.	Que no existan faltantes.
CONTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none">• Corte de caja.• Pago de nómina.	Ganancias por día.

2. INFORMACIÓN BÁSICA

2.1 INFORMACIÓN EXTERNA

Cuautitlán Izcalli es el municipio 121 del Estado de México creado en Junio de 1973. Tiene una extensión de 111.62 Km² y se localiza en la parte noroeste del Valle de México, su ubicación geográfica está en los 19° 40' 50" latitud norte y 99° 12' 25" longitud oeste, la precipitación pluvial media es de 600 mm, temperatura media anual de 15°C, la altitud es de 2280 msnm. Cuenta con una población de 417 647 habitantes.¹

En la zona donde se pretende instalar la Estética Canina se encuentran establecidos dos Consultorios Veterinarios que brindan el servicio de peluquería.

Localizándose del lugar de ubicación la primera a una distancia de 1.5 Km, con una antigüedad de ocho años, y la segunda aproximadamente a unos 800 mts, con poco tiempo de funcionamiento.

La zona a considerar como Mercado es de clase media y media baja. La población canina se estima de un perro por cada tres casas, por lo que la densidad se puede considerar en un nivel medio. El número de perros callejeros no es muy alto, ya que muchos de los ejemplares que andan en la calle tienen dueño, quienes de vez en cuando les brindan la atención y los cuidados necesarios.

Otros ejemplares, que pueden ser de raza pura o criollos, considerados de alta estima, sí son atendidos por sus dueños, quienes se preocupan por su salud, bienestar y aspecto externo. Se ha detectado la adquisición de perros de raza pequeña para compañía y cuyos propietarios podrían utilizar nuestro servicio.

Realizando una encuesta en una parte del fraccionamiento a las personas que tienen mascotas, preguntando si utilizarían el servicio de estética canina,

encontramos una respuesta favorable, pues se interesaron en el servicio y productos que se ofrecerían.

Los consultorios que ofrecen el servicio de peluquería no cuentan con las instalaciones adecuadas para brindar un servicio de estética canina integral y la distancia a la que se encuentran es un factor importante para que las personas no utilicen su servicio.

2.2 INFORMACIÓN INTERNA

La estética canina se ubicará en la calle de Hda. El Clavel # 44, en la colonia de Jardines de la Hacienda en Cuautitlán Izcalli; consta de una superficie de 12 m², la cual se dividirá en:

- Área de recepción
- Área de baño.
- Área de peluquería.

Se ofrecerá el servicio de estética integral, así como la venta de accesorios para el cuidado de las mascotas.

El local se ubica en forma perpendicular a una cuadra de la Av. Paseos de las Haciendas que es la entrada más utilizada de la colonia viniendo de la autopista México-Querétaro por el puente Huehuetoca. Colinda con la colonia Valle de la Hacienda y el pueblo de Atlamica así como con los fracc. Ex Hacienda Sn. Miguel y Arboledas de Sn. Miguel

A una cuadra de distancia se encuentra la escuela primaria Juan Escutia, y en las proximidades, en la colonia Valle de la Hacienda, la Preparatoria # 67, 2 Jardines de Niños, además de la escuela primaria José Clemente Orozco. Los días domingo, lunes, miércoles y viernes en la Av. Huehuetoca, que está a 2 calles de la ubicación del local, se instala un mercado sobre ruedas, lo cual podría ser benéfico para la promoción de la estética, pues son días con gran afluencia de personas.

3. ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

ÁREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PRIOR.	PROBLEMAS	PRIOR.
<i>Mercado</i>	Elevado porcentaje de razas de pelo largo. Buena localización del local.	1		
<i>Competencia</i>	No ofrecen un servicio de estética canina integral. Establecer una alianza con los médicos establecidos para el ofrecimiento del servicio.	4	Antigüedad de funcionamiento de los consultorios y el servicio de peluquería que ofrecen.	4
<i>Proveedores</i>	Manejo de pagos a crédito.	5		
<i>Economía</i>			Fluctuación del dólar. Dependo de insumos de importación.	5
<i>Sociedad</i>	Las familias se interesan más por la adquisición de mascotas. Aumento en la compra de perros de raza pura que requieren el servicio de estética.	2	Falta de concientización de los dueños para utilizar el servicio de estética.	1
<i>Clima</i>	Aumento del servicio en el ciclo primavera-verano.	3	Disminución de clientes en época invernal.	3

3.2 IDENTIFICACIÓN DE FUERZAS Y DEBILIDADES

ÁREAS DE GESTIÓN	FUERZAS	PRIORIDAD	DEBILIDADES	PRIORIDAD
<i>Capital</i>	Se cuenta con capital para el inicio del negocio.	1		
<i>Cientela</i>			Poca clientela debido a la falta de experiencia en peluquería	3
<i>Nivel Técnico</i>			Falta de experiencia en estética y manejo de perros de talla grande.	1
<i>Estructura Organizacional</i>	Cuento con un organigrama para el funcionamiento de la estética.	3		
<i>Personal</i>	Se han adquirido conocimientos de mercadotecnia básica.	5		
<i>Planes y Objetivos</i>	La instalación de la estética es un nuevo concepto en la zona.	2		
<i>Costos</i>			No tengo contacto con proveedores.	4

ÁREAS DE GESTIÓN	FUERZAS	PRIORIDAD	DEBILIDADES	PRIORIDAD
Gastos			No cuento con un local propio	2
Productividad	En instalación eléctrica y de agua, ahorro en mano de obra.	4		

3.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO

OPORTUNIDADES	ACCIONES DE DESARROLLO
<ul style="list-style-type: none"> • Elevado porcentaje de razas de pelo largo. • Buena localización del local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de posibles clientes. • Dar a conocer a las personas el servicio que ofrezco.
<ul style="list-style-type: none"> • Las familias se interesan más por la adquisición de mascotas. • Aumento en la compra de perros de raza pura que requieren el servicio de estética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un buen servicio en la estética. • Realizar campañas de promoción y publicidad. • Manejar técnicas especializadas de acuerdo a cada raza. • Proporcionar una mejor atención a la mascota y al cliente.
<ul style="list-style-type: none"> • En el ciclo primavera-verano aumenta el uso de servicio de baño y peluquería. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer promociones en los servicios y accesorios y aumenta cartera de clientes.
<ul style="list-style-type: none"> • No ofrecen un servicio de estética canina integral. • Establecer una alianza con los médicos establecidos para el ofrecimiento del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Captar más clientes y proporcionar servicio de calidad para la satisfacción del dueño de la mascota.
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de pagos a crédito. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminuir gastos mensuales.

PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de concientización de los dueños para utilizar el servicio de estética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitar escuelas y proporcionar asesoría y orientación.
<ul style="list-style-type: none"> • Fluctuación del dólar. • Dependo de insumos de importación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr con proveedores mejores descuentos y créditos. • Dar el mantenimiento adecuado al equipo para su mayor duración y servicio.
<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de clientes en época invernal 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer baño en seco con los productos específicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Antigüedad de funcionamiento de los consultorios y el servicio de peluquería que ofrecen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar calidad en el servicio y productos utilizados en la estética.

3.4 ANÁLISIS DE LA EMPRESA

FUERZA	POSIBLE APLICACIÓN
Se cuenta con capital para el inicio del negocio.	Adquirir equipo y material para la instalación de la estética y adelantar pago de renta, para evitar un endeudamiento a corto plazo.
La instalación de la estética es un nuevo concepto en la zona.	Ofrecer el servicio completo para satisfacer las necesidades del cliente, lo que provocaría un aumento de los mismos.
Cuento con un organigrama para el funcionamiento de la estética.	Tener definida la labor a realizar para cada uno de los puestos.
En instalación eléctrica y de agua se ahorraría la mano de obra.	Disminuir el presupuesto de inversión.
Se han adquirido conocimientos de mercadotecnia básica.	Elaborar un estudio de mercado y conocer las necesidades del cliente.

DEBILIDADES	QUE ME IMPIDE	CORRECCIÓN
Falta de experiencia en estética y manejo de perros de talla grande.	Tener una clientela satisfecha.	Tomar el Diplomado en Estética Canina que imparte la FCM.
No cuento con local propio.	Que mis gastos se incrementen por pago de renta.	Tratar de construir a corto plazo un local propio y disminuir los gastos.
Poca clientela debido a la falta de experiencia en peluquería.	Tener una clientela constante.	Tomar cursos de capacitación y mejorar servicio y calidad.
No tengo contacto con proveedores.	Lograr mejores condiciones de precio en los productos	Buscar asesoría para contactarlos.

4. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

ÁREA DE RESULTADOS: Capacitación			
OBJETIVO			
4.1 Asistir a un curso de 80 hrs. en técnicas de estética canina.			
ESTRATEGIA			
4.1.1 Tomar el curso de estética canina en el segundo trimestre del año 1999.			
4.1.2 Laborar en alguna estética o consultorio donde pueda adquirir experiencia.			
PLANES DE ACCIÓN	FECHAS		RESPONSABLE
	Inicio	Termino	
4.1.1.1 Localizar sitios en dónde se imparta el curso de estética canina.	25-01-99	29-01-99	G.G.A.
4.1.1.2 Llamar a la Federación Canófila Mexicana u otras asociaciones para informarme sobre fechas.	29-01-99	29-01-99	G.G.A.
4.1.1.3 Inscribirme al curso y tomarlo.	Abril 99	Junio 99	G.G.A.
4.1.2.1 Localizar estéticas donde pueda laborar 20 hrs a la semana y practicar las técnicas aprendidas.	Mayo 99	Junio 99	G.G.A.

ÁREA DE RESULTADOS: Promoción			
OBJETIVO			
4.2 Promocionar los servicios de Estética canina, invirtiendo un máximo de \$ 1,500.			
ESTRATEGIAS			
4.2.1 Promocionar la estética en los consultorios de la zona.			
4.2.2 Brindar asesorías en las escuelas de la zona.			
4.2.3 Promocionarse personalmente en centros comerciales.			
4.2.4 Anunciarse en la revista local.			
4.2.5 Ofrecer promociones en servicios y accesorios			
PLANES DE ACCIÓN	FECHAS		RESPONSABLE
	Inicio	Termino	
4.2.1.1 Hacer un directorio de consultorios en la zona.	05-04-99	09-04-99	G.G.A.
4.2.1.2 Elaborar un folleto promocional.	11-04-99	18-04-99	G.G.A.
4.2.1.3 Visitar una clínica por semana.	26-04-99	21-05-99	G.G.A.
4.2.2.1 Acudir a escuelas de enseñanza básica y hablar con los directores de nuestra finalidad.	21-05-99	28-05-99	G.G.A.
4.2.2.2 Realizar calendario de fecha de visitas y horario.	29-05-99	29-05-99	G.G.A.
4.2.2.3 Presentarse en las escuelas para la asesoría.	01-06-99	09-06-99	G.G.A.
4.2.3.1 Repartir folletos informativos y de servicios en los centros comerciales de la zona, los domingos de 10 a 12.	6-06-99	6-08-99	G.G.A.
4.2.4.1 Hacer un contrato con la revista local para aparecer una vez a la quincena.	10-06-99	15-07-99	G.G.A.
4.2.5.1 Ofrecer 10% de descuento a quien lleve dos perros	Permanente	Permanente	

ÁREA DE RESULTADOS: Ventas		
OBJETIVO		
4.3 Vender servicios y accesorios por cincuenta mil pesos en el primer año de funcionamiento.		
ESTRATEGIAS		
4.3.1 Obtener proveedores de accesorios 4.3.2 Tener una cartera de clientes.		
PLAN DE ACCIÓN	FECHAS	RESPONSABLE
4.3.1.1 Obtener porcentaje de descuentos y créditos más amplios.	Permanente	G.G.A.
4.3.1.2 Realizar inventario.	Permanente	G.G.A.
4.3.1.3 Establecer precios competitivos.	Permanente	G.G.A.
4.3.2.1 Ofrecer servicios y productos de calidad.	Permanente	G.G.A.
4.3.2.2 Elaborar un directorio de clientes.	Permanente	G.G.A.
4.3.2.3 Proporcionar una atención personalizada, comunicándose con los clientes.	Permanente	G.G.A.
4.3.2.4 Orientar al cliente sobre los cuidados del pelo de sus mascotas.	Permanente	G.G.A.

ÁREA DE RESULTADOS: Ventas		
OBJETIVO (A mediano plazo):		
4.4 Incrementar las ventas en un 35 % a partir del segundo semestre del año 2000.		
ESTRATEGIAS		
4.4.1 Elaborar un plan de promoción.		
4.4.2 Realizar una campaña publicitaria.		
PLANES DE ACCIÓN	FECHAS	RESPONSABLE
4.4.1.1 Ofrecer descuentos en accesorios y servicios a clientes constantes.	Permanente a partir de Julio del 2000.	G.G.A
4.4.1.2 Obsequiar un baño en el servicio de estética integral.	Permanente a partir de Julio del 2000.	G.G.A
4.4.1.3 Proporcionar servicio a domicilio (recoger y entregar a las mascotas).	Permanente a partir de Julio del 2000.	G.G.A
4.4.1.4 Manejar tarjetas de acumulación de puntos canjeables por servicios o accesorios.	Permanente a partir de Julio del 2000.	G.G.A
4.4.1.5 Proporcionar un buen trato y atención a los dueños de las mascotas.	Permanente a partir de Julio del 2000.	G.G.A
4.4.2.1 Repartir volantes en otras colonias más allá de las circundantes y en los municipios aledaños a la ubicación del local.	Permanente a partir de Julio del 2000.	G.G.A
4.4.2.2 Anunciarse en los pizarrones colocados en los interiores de los centros comerciales.	Permanente a partir de Julio del 2000.	G.G.A
4.4.2.3 Publicar anuncios en las revistas de circulación local del municipio.	Permanente a partir de Julio del 2000.	Externo

5. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES año 1999

DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mesa para estética con cubierta antiderrapante, poste de sujeción y coltar.	1200.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1200.0
Máquina para cortar pelo marca Oster 2 vel., más tres cuchillas.	2200.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2200.0
Paquete de instrumental para peluquería (tijeras, cortaufías, peine, carda, cepillo)	750.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	750.0
Tres jaulas grandes Kenel	1718.0	0.0	0.0	859.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2577.0
Tres jaulas medianas Kenel	1100.0	0.0	0.0	0.0	550.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1650.0
Una máquina para cortar pelo chica marca Wahl.	450.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	450.0
Secadora	0.0	600.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	600.0
Depósito de Renta	0.0	0.0	0.0	0.0	1400.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1400.0
Equipo de Profilaxis	0.0	0.0	250.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	250.0
TOTAL (mas 15% IVA)	8531.0	690.0	288.0	988.0	2033.0	0.0	12530						
Gastos de Capacitación y Construcción de tina	0.0	0.0	\$2,500	0.0	0.0	\$1,800	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4300.0

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.2 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 1ER SEMESTRE año 1999

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO BANCOS	20,000	11,469	10,779	7,991	7,003	4,970	3,170	1,328.5	777.0	1,264.5	1,584.5	2,303.5

MAS

INGRESOS												
COBRANZA							2,606	3,036.0	3,208.5	3,114.5	3,645.5	3,407.5
CREDITOS												
SUMA INGRESOS	0	0	0	0	0	0	2,606	3,036.0	3,208.5	3,114.5	3,645.5	3,407.5

SUMA BANCOS	20,000	11,469	10,779	7,991	7,003	4,970	5,776	4,364.5	3,985.5	4,379.0	5,230.0	5,711.0
E INGRESOS												

MENOS

EGRESOS												
GASTOS			2,500			1,800	3,695	2,810.0	2,025.0	2,110.0	2,025.0	2,520.0
COSTOS							752.5	777.5	696.0	684.5	901.5	1,086.5
INVERSIONES	8,531	690	288	988	2,033							
SUMA DE EGRESOS	8,531	690	2,788	988	2,033	1,800	4,447.5	3,587.5	2,721.0	2,794.5	2,926.5	3,606.5

IGUAL

SALDO	11,469	10,779	7,991	7,003	4,970	3,170	1,328.5	777.0	1,264.5	1,584.5	2,303.5	2,104.5
--------------	--------	--------	-------	-------	-------	-------	---------	-------	---------	---------	---------	---------

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.2 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO 2DO SEMESTRE

año 2000

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
SALDO BANCOS	2,104.5	2,667.5	3,556.0	5,530.5	6,851.5	8,717.0
MAS						
INGRESOS						
COBRANZA	3,776.0	4,034.0	5,223.5	4,594.0	4,995.5	4,811.0
CREDITOS						
SUMA INGRESOS	3,776.0	4,034.0	5,223.5	4,594.0	4,995.5	4,811.0
SUMA BANCOS E INGRESOS	5,880.5	6,701.5	8,779.5	10,124.5	11,847.0	13,528.0
MENOS						
EGRESOS						
GASTOS	2,125.0	2,210.0	2,025.0	2,260.0	1,985.0	1,860.0
COSTOS	1,078.0	935.5	1,224.0	1,013.0	1,145.0	1,072.5
INVERSIONES						
SUMA DE EGRESOS	3,203.0	3,145.5	3,249.0	3,273.0	3,130.0	2,932.5
IGUAL						
SALDO	2,677.5	3,556.0	5,530.5	6,851.5	8,717.0	10,595.5

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.3 PRESUPUESTO DE COSTOS

Presupuesto Costos-Accesorios año 1999

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		1er.SEMESTRE 1999	
		Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Collar camaza # 000	\$ 8.5	1	8.5	0	0.0	2	17.0	2	17.0	3	25.5	4	34.0	12	102.0
Collar camaza # 00	\$ 13.0	2	26.0	2	26.0	1	13.0	0	0.0	2	26.0	3	39.0	10	130.0
Collar camaza # 1	\$ 15.0	2	30.0	2	30.0	1	15.0	2	30.0	3	45.0	4	60.0	14	210.0
Pechera # 0	\$ 17.5	1	17.5	0	0.0	0	0.0	1	17.5	2	35.0	1	17.5	5	87.5
Cadena de amarré # 25	\$ 26.5	2	53.0	1	26.5	1	26.5	2	53.0	3	79.5	4	106.0	13	344.5
Collar antipulgas	\$ 40.0	1	40.0	0	0.0	1	40.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	80.0
Cadena paseo # 25	\$ 32.5	3	97.5	4	130.0	1	32.5	0	0.0	1	32.5	2	65.0	11	357.5
Camaza chica	\$ 6.0	1	6.0	3	18.0	1	6.0	0	0.0	0	0.0	1	6.0	6	36.0
Plato chico plástico	\$ 8.0	3	24.0	2	16.0	1	8.0	1	8.0	2	16.0	1	8.0	10	80.0
Plato mediano plástico	\$ 13.0	1	13.0	1	13.0	0	0.0	1	13.0	1	13.0	4	52.0	8	104.0
Plato grande plástico	\$ 17.0	0	0.0	1	17.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	85.0	6	102.0
Carda med.Mca. Peggy	\$ 22.0	2	44.0	2	44.0	1	22.0	1	22.0	3	66.0	4	88.0	13	286.0
Carda ch. Mca. Peggy	\$ 20.0	2	40.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0	3	60.0	4	80.0	12	240.0
Carda gde. Mca. Peggy	\$ 24.0	1	24.0	1	24.0	0	0.0	1	24.0	1	24.0	2	48.0	6	144.0
TOTAL			423.6		364.6		200.0		204.6		422.6		688.6		2303.6

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.3 PRESUPUESTO DE COSTOS

Presupuesto Costos-Accesorios año 2000

PRODUCTO SERVICIO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		2do.SEMESTRE 2000	
		Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Collar camaza # 000	\$ 8.5	4	34.0	2	17.0	3	25.5	1	8.5	1	8.5	2	17.0	13	110.5
Collar camaza # 00	\$ 13.0	3	39.0	4	52.0	5	65.0	2	26.0	1	13.0	2	26.0	17	221.0
Collar camaza # 1	\$ 15.0	3	45.0	3	45.0	5	75.0	5	75.0	4	60.0	3	45.0	23	345.0
Pechera # 0	\$ 17.5	0	0.0	2	35.0	1	17.5	0	0.0	0	0.0	1	17.5	4	70.0
Cadena de amarre # 25	\$ 26.5	4	106.0	2	53.0	4	106.0	2	53.0	1	26.5	5	132.5	18	477.0
Collar antipulgas	\$ 40.0	0	0.0	0	0.0	2	80.0	1	40.0	1	40.0	1	40.0	5	200.0
Cadena paseo # 25	\$ 32.5	2	65.0	1	32.5	0	0.0	1	32.5	4	130.0	1	32.5	9	292.5
Camaza chica	\$ 6.0	1	6.0	3	18.0	3	18.0	0	0.0	2	12.0	1	6.0	10	60.0
Plato chico plástico	\$ 8.0	0	0.0	3	24.0	3	24.0	1	8.0	2	16.0	0	0.0	9	72.0
Plato mediano plástico	\$ 13.0	2	26.0	2	26.0	3	39.0	2	26.0	2	26.0	3	39.0	14	182.0
Plato grande plástico	\$ 17.0	3	51.0	1	17.0	1	17.0	0	0.0	1	17.0	1	17.0	7	119.0
Carda med.Mca. Peggy	\$ 22.0	4	88.0	1	22.0	1	22.0	1	22.0	2	44.0	0	0.0	9	198.0
Carda ch. Mca. Peggy	\$ 20.0	4	80.0	1	20.0	1	20.0	2	40.0	1	20.0	0	0.0	9	180.0
Carda gde. Mca. Peggy	\$ 24.0	2	48.0	1	24.0	1	24.0	1	24.0	1	24.0	0	0.0	6	144.0
TOTAL			688.0		385.5		633.0		355.0		437.0		372.6		2671.0

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.3 PRESUPUESTO DE COSTOS

Presupuesto Costo-Servicio año 1999

PRODUCTO	Costo	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		1er SEMESTRE	
SERVICIO	unidad														1999
Descripción	Pesos.	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Baño chico/mediano	\$6.80	4	27	5	34	4	27	3	20	5	34	6	41	27	183.6
Baño grande	\$7.20	1	7	2	14	1	7	2	14	3	22	1	7	10	72
Corte de uñas	\$2.00	2	4	3	6	2	4	4	8	5	10	5	10	21	42
Estética integral	\$19.30	10	193	15	290	18	347.4	15	290	12	231.6	12	231.6	82	1582.6
Limpieza dental	\$28.50	2	57	1	29	1	29	3	86	3	86	2	57	12	342
Peluquería chico/med	\$10.00	3	30	3	30	6	60	4	40	3	30	4	40	23	230
Peluquería grande	\$11.00	1	11	1	11	2	22	2	22	6	66	1	11	13	143
TOTAL			329.4		413		496.3		480		479		397.6		2595.2

Presupuesto Costo-Servicio año 2000

PRODUCTO	Costo	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		2do SEMESTRE	
SERVICIO	unidad.														2000
Descripción	Pesos.	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Baño chico/mediano	\$6.80	7	48	10	68	16	108.8	9	61	12	82	11	75	65	442
Baño grande	\$7.20	3	22	4	29	7	50	4	29	4	29	3	22	25	180
Corte de uñas	\$2.00	3	6	3	6	8	16	6	12	3	6	6	12	29	58
Estética integral	\$19.30	14	270	12	232	18	347.4	20	386	20	386	18	347.4	102	1968.6
Limpieza dental	\$28.50	4	114	5	143	3	86	2	57	4	114	5	142.5	23	655.5
Peluquería chico/med	\$10.00	2	20	4	40	5	50	8	80	7	70	8	80	34	340
Peluquería grande	\$11.00	1	11	3	33	3	33	3	33	2	22	2	22	14	154
TOTAL			490		550		691.1		658		708.4		700.3		3798.1

PROYECTO : INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.4 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CONCEPTO	1er Semestre 1999						2do Semestre 2000						TOTAL
	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	
SUELDOS	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	800.0	9600.0
PRESTACIONES	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	160.0	1920.0
RENTA	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	700.0	8400.0
AGUA	165.0		165.0		165.0		165.0		165.0		165.0		990.0
LUZ		200.0		200.0		200.0		200.0		200.0		200.0	1200.0
PROMOCIÓN	750.0	750.0											1500.0
LICENCIAS	350.0												350.0
LIMPIEZA	220.0			50.0		50.0	100.0			100.0			520.0
PAPELERIA	300.0					200.0		100.0		100.0			700.0
MANTENIMIENTO						160.0					160.0		320.0
VARIOS	250.0	200.0	200.0	200.0	200.0	250.0	200.0	250.0	200.0	200.0			2150.0
TOTAL	\$3,895	\$2,810	\$2,025	\$2,110	\$2,025	\$2,520	\$2,125	\$2,210	\$2,025	\$2,280	\$1,985	\$1,860	\$ 27,650

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.5 PRESUPUESTO DE VENTAS

Presupuesto Venta-Accesorios

año 1999

PRODUCTO ACCESORIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		1er.SEMESTRE 1999	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Collar camaza # 000	\$17.00	1	17.0	0	0.0	2	34.0	2	34.0	3	51.0	4	68.0	12	204.0
Collar camaza # 00	\$26.00	2	52.0	2	52.0	1	26.0	0	0.0	2	52.0	3	78.0	10	260.0
Collar camaza # 1	\$30.00	2	60.0	2	60.0	1	30.0	2	60.0	3	90.0	4	120.0	14	420.0
Pechera # 0	\$35.00	1	35.0	0	0.0	0	0.0	1	35.0	2	70.0	1	35.0	5	175.0
Cadena de amarre # 25	\$36.50	2	73.0	1	36.5	1	36.5	2	73.0	3	109.5	4	146.0	13	474.5
Collar antipulgas	\$52.00	1	52.0	0	0.0	1	52.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	104.0
Cadena paseo # 25	\$64.00	3	192.0	4	256.0	1	64.0	0	0.0	1	64.0	2	128.0	11	704.0
Camaza chica	\$12.00	1	12.0	3	36.0	1	12.0	0	0.0	0	0.0	1	12.0	6	72.0
Plato chico plástico	\$11.50	3	34.5	2	23.0	1	11.5	1	11.5	2	23.0	1	11.5	10	115.0
Plato mediano plástico	\$18.50	1	18.5	1	18.5	0	0.0	1	18.5	1	18.5	4	74.0	8	148.0
Plato grande plástico	\$24.00	0	0.0	1	24.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	120.0	6	144.0
Carda med.Mca. Peggy	\$27.50	2	55.0	2	55.0	1	27.5	1	27.5	3	82.5	4	110.0	13	357.5
Carda ch. Mca. Peggy	\$25.00	2	50.0	1	25.0	1	25.0	1	25.0	3	75.0	4	100.0	12	300.0
Carda gde. Mca. Peggy	\$30.00	1	30.0	1	30.0	0	0.0	1	30.0	1	30.0	2	60.0	6	180.0
TOTAL			681.0		616.0		318.5		314.5		665.5		1062.5		3658.0

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.5 PRESUPUESTO DE VENTAS

Presupuesto Ventas-Accesorios año 2000

PRODUCTO ACCESORIO	Precio unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		2do.SEMESTRE 2000	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Collar camaza # 000	\$17.00	4	68.0	2	34.0	3	51.0	1	17.0	1	17.0	2	34.0	13	221.0
Collar camaza # 00	\$26.00	3	78.0	4	104.0	5	130.0	2	52.0	1	26.0	2	52.0	17	442.0
Collar camaza # 1	\$30.00	3	90.0	3	90.0	5	150.0	5	150.0	4	120.0	3	90.0	23	690.0
Pechera # 0	\$35.00	0	0.0	2	70.0	1	35.0	0	0.0	0	0.0	1	35.0	4	140.0
Cadena de amarra # 25	\$36.50	4	146.0	2	73.0	4	146.0	2	73.0	1	36.5	5	182.5	18	657.0
Collar antipulgas	\$52.00	0	0.0	0	0.0	2	104.0	1	52.0	1	52.0	1	52.0	5	260.0
Cadena paseo # 25	\$64.00	2	128.0	1	64.0	0	0.0	1	64.0	4	256.0	1	64.0	9	576.0
Camaza chica	\$12.00	1	12.0	3	36.0	3	36.0	0	0.0	2	24.0	1	12.0	10	120.0
Plato chico plástico	\$11.50	0	0.0	3	34.5	3	34.5	1	11.5	2	23.0	0	0.0	9	103.5
Plato mediano plástico	\$18.50	2	37.0	2	37.0	3	55.5	2	37.0	2	37.0	3	55.5	14	259.0
Plato grande plástico	\$24.00	3	72.0	1	24.0	1	24.0	0	0.0	1	24.0	1	24.0	7	168.0
Carda med.Mca. Peggy	\$27.50	4	110.0	1	27.5	1	27.5	1	27.5	2	55.0	0	0.0	9	247.5
Carda ch. Mca. Peggy	\$25.00	4	100.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0	1	25.0	0	0.0	9	225.0
Carda gde. Mca. Peggy	\$30.00	2	60.0	1	30.0	1	30.0	1	30.0	1	30.0	0	0.0	6	180.0
TOTAL			901.0		649.0		848.5		564.0		725.5		601.0		4289.0

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.5 PRESUPUESTO DE VENTAS

Presupuesto de Ventas-Servicios

año 1999

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		1er.SEMESTRE 1999	
		Pesos.	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad
Baño chico/mediano	\$50.00	4	200.0	5	250.0	4	200.0	3	150.0	5	250.0	6	300.0	27	1350.0
Baño grande	\$80.00	1	80.0	2	160.0	1	80.0	2	160.0	3	240.0	1	80.0	10	800.0
Corte de uñas	\$15.00	2	30.0	3	45.0	2	30.0	4	60.0	5	75.0	5	75.0	21	315.0
Estética integral	\$100.00	10	1000.0	15	1500.0	18	1800.0	15	1500.0	12	1200.0	12	1200.0	82	8200.0
Limpieza dental	\$150.00	2	300.0	1	150.0	1	150.0	3	450.0	3	450.0	2	300.0	12	1800.0
Peluquería chico/med	\$75.00	3	225.0	3	225.0	6	450.0	4	300.0	3	225.0	4	300.0	23	1725.0
Peluquería grande	\$90.00	1	90.0	1	90.0	2	180.0	2	180.0	6	540.0	1	90.0	13	1170.0
TOTAL			1925.0		2420.0		2890.0		2800.0		2980.0		2345.0		15360.0

Presupuesto de Ventas-Servicios

año 2000

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		2do.SEMESTRE 2000	
		Pesos.	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad
Baño chico/mediano	\$50.00	7	350.0	10	500.0	16	800.0	9	450.0	12	600.0	11	550.0	65	3250.0
Baño grande	\$80.00	3	240.0	4	320.0	7	560.0	4	320.0	4	320.0	3	240.0	25	2000.0
Corte de uñas	\$15.00	3	45.0	3	45.0	8	120.0	6	90.0	3	45.0	6	90.0	29	435.0
Estética integral	\$100.00	14	1400.0	12	1200.0	18	1800.0	20	2000.0	20	2000.0	18	1800.0	102	10200.0
Limpieza dental	\$150.00	4	600.0	5	750.0	3	450.0	2	300.0	4	600.0	5	750.0	23	3450.0
Peluquería chico/med	\$75.00	2	150.0	4	300.0	5	375.0	8	600.0	7	525.0	8	600.0	34	2550.0
Peluquería grande	\$90.00	1	90.0	3	270.0	3	270.0	3	270.0	2	180.0	2	180.0	14	1260.0
TOTAL			2875.0		3385.0		4375.0		4030.0		4270.0		4210.0		23145.0

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

1er. Semestre 1999							2do. Semestre 2000						
CONCEPTO	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	TOTAL
VENTAS/accesorios	681	616	318.5	314.5	665.5	1062.5	901	649	848.5	564	725.5	601	7947
SERVICIOS	1925	2420	2890	2800	2980	2345	2875	3385	4375	4030	4270	4210	38505
TOTAL DE VENTAS	2606	3036	3208.5	3114.5	3645.5	3407.5	3776	4034	5223.5	4594	4995.5	4811	46452
MENOS													
COSTO DE VENTAS/acce	423.5	364.5	200	204.5	422.5	688.5	588	385.5	533	355	437	372.5	4974.5
COSTO DE SERVICIOS	329	413	496	480	479	398	490	550	691	658	708	700	6392
SUMA	752.5	777.5	696	684.5	901.5	1086.5	1078	935.5	1224	1012	1145	1072.5	11366.5
IGUAL													
UTILIDAD BRUTA	1853.5	2258.5	2512.5	2430	2744	2321	2698	3098.5	3999.5	3581	3850.5	3738.5	35085.5
MARGEN BRUTO	71%	74%	78%	78%	75%	68%	71%	77%	77%	78%	77%	78%	76%
MENOS													
GASTOS DE ADMON.	3695	2810	2025	2110	2025	2520	2125	2210	2025	2260	1985	1860	27650
SUMA DE GASTOS													
IGUAL													
RESULTADO OPERACIÓN	-1841.5	-551.5	487.5	320	719	-199	573	888.5	1974.5	1321	1865.5	1878.5	
UTILIDAD ACUMULADA	-1841.5	-2393	-1905.5	-1585.5	-866.5	-1065.5	-492.5	396	2370.5	3691.5	5557	7435.5	7435.5

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

6. CONCLUSIONES

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

CONCLUSIONES

De acuerdo al Estado de resultado proyectado y Flujo de efectivo se llegó a las siguientes conclusiones:

- a) El punto de equilibrio se logra al octavo mes de operaciones.
- b) El margen bruto es superior al 75%.
- c) Es necesario hacer un programa para incrementar las venta.
- d) El negocio se puede iniciar con una inversión de \$20,000.

ANEXO SOPORTE PRESUPUESTAL

COSTO-BAÑO

PERRO CHICO-MEDIANO

DATO: COSTO SHAMPOO NEUTRO DE 450 ml. : \$20.00

SHAMPOO 5 ml	\$0.20	
PAGO AYUDANTE	\$5.00	COSTO: \$6.80
CORDEL (1 m)	\$1.50	
GUANTES	\$0.10	
	<u>\$6.80</u>	

PERRO GRANDE

SHAMPOO 15 ml	\$0.60	
PAGO AYUDANTE	\$5.00	COSTO: \$7.20
CORDEL (1 m)	\$1.50	
GUANTES	\$0.10	
	<u>\$7.20</u>	

COSTO-PELUQUERIA:

DATOS: 1 CUCHILLA → 35 SERVICIOS X= 8 CUCHILLAS PARA
 X → 268 SERVICIOS 268 SERVICIOS

1 AFILADO DE CUCHILLAS → \$40.00 Y=\$320.00

PARA 8 CUCHILLAS → Y DE DONDE:
 COSTO DE AFILADO
 POR SERVICIO =
\$1.19

COMPRA DE NAVAJAS
 1 PIEZA → \$255.00 X= \$7.68
 8 PIEZAS → \$2,040.00

COSTO PELUQUERIA POR 1 PERRO CHICO/MEDIANO

AFILADO DE NAVAJA	\$1.19	
COSTO DE NAVAJA	\$7.68	COSTO: \$10.00
ENERGIA ELECTRICA	\$1.00	
	<u>\$9.87</u>	

COSTO PELUQUERIA POR 1 PERRO GRANDE

AFILADO DE NAVAJA (2)	\$2.38	
COSTO DE NAVAJA	\$7.68	COSTO: \$11.10
ENERGIA ELECTRICA	\$1.00	
	<u>\$11.06</u>	

PROYECTO: INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

ANEXO SOPORTE PRESUPUESTAL

ESTETICA INTEGRAL

COSTO PELUQUERIA PERRO GRANDE	\$11.10	COSTO. \$19.30
COSTO BAÑO	<u>\$8.20</u>	
	\$19.30	

LIMPIEZA DENTAL

DATO: PENTOTAL 100ml → \$110.00

ANESTESICO 5 MI	\$5.50	COSTO: \$28.50
AFILADO	\$20.00	
ALGODÓN	\$1.00	
SOLUCION ANTISEPTICA	<u>\$2.00</u>	
	\$28.50	

PROYECTO:INSTALACIÓN DE ESTÉTICA CANINA

Bibliografía

1. **Anuario Estadístico del Estado de México; Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI); México; 1997; No. de catálogo 155667.**