

35
Ley



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

**MERCADOTECNIA VETERINARIA
BASES MERCADOLOGICAS PARA LA
INSTALACION DE UNA CLINICA
VETERINARIA EN PEQUEÑAS ESPECIES,
EN VALLE DORADO, MUNICIPIO DE
TLALNEPANTLA, EDO. MEX.**

**TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA
P R E S E N T A :
RAUL HERNANDEZ PIRRON**

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

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO.

1999.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

271855



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

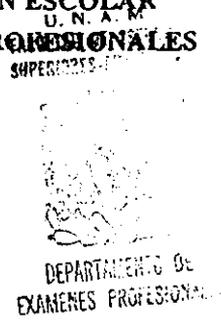
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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



DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN
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-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotecnia Veterinaria
Bases mercadológicas para la instalación de una clínica
veterinaria en pequeñas especies, en Valle Dorado, Municipio de
Tlalnepantla, Edo. Mex.

que presenta el pasante: Rafel Hernández Pirrón
con número de cuenta: 8452302-4 para obtener el Título de:
Médico Veterinario y 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 19 de Febrero de 1999

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
<u>I M.V.Z.</u>	<u>Sergio Cortés y Huerta</u>	<u>[Firma]</u>
<u>II M.En.C</u>	<u>Antonio Ramón Herrera</u>	<u>[Firma]</u>
<u>IV Lic.</u>	<u>Aminta R. Silva Gómez</u>	<u>[Firma]</u>

INDICE

Introducción	1
1.-Misión	2
2.-Visión	3
3.-Organigrama	4
4.-Descripción De Puestos Por Area De Resultados	5
5.- Información Básica	
5.1-Externa	7
5.2.Interna	8
6.- Análisis Situacional	
6.1-Identificación De Oportunidades Y Problemas	10
6.2-Identificación de Oportunidades y Acciones de Desarrollo	11
6.3-Identificación de Problemas y Posible Mitigación	12
6.4-Identificación De Fuerzas Y Debilidades	13
6.5-Identificación de Fuerzas y Posible Aplicación	14
6.6-Identificación de Debilidades y Posible Corrección	15
7.- Planeación Estratégica	16
8.- Elaboración De Presupuestos	
8.1-Presupuesto De Inversiones	19
8.2-Flujo de Efectivo Proyectado	20
8.3-Presupuesto de Costos Productos	21
8.4-Presupuesto de costos Servicios	25
8.5-Presupuesto de Gastos de Administración	27
8.6-Presupuesto de Ventas Productos	28
8.7-Presupuesto de Ventas Servicios	32
8.8-Estado de Resultados Proyectado	34
9.- Conclusiones	35
Anexos	36
Bibliografía	37

INTRODUCCIÓN

Actualmente las mascotas forman una parte muy importante para la sociedad, ya que estas desempeñan una labor zootécnica, por lo que la clínica de pequeñas especies han cobrado gran importancia y él Médico Veterinario es el encargado de concientizar la importancia de fomentar la educación de los caninos con un entrenador capacitado, evitar la crueldad hacia los animales, asesorar en la alimentación, así como promover la medicina preventiva.

El Médico Veterinario debe de ser un profesional ético para contribuir en el bienestar y salud de los caninos y felinos favoreciendo la buena relación entre los animales y sus propietarios.

Otra función del Médico Veterinario Zootecnista es la de contribuir con el control de la población del perro callejero, así como participar en Campañas Antirrábicas para reducir al máximo esta terrible zoonosis.

La constante capacitación es de vital importancia ya que solo así se logra estar a la vanguardia de los últimos avances en la medicina veterinaria para lograr tratamientos adecuados.

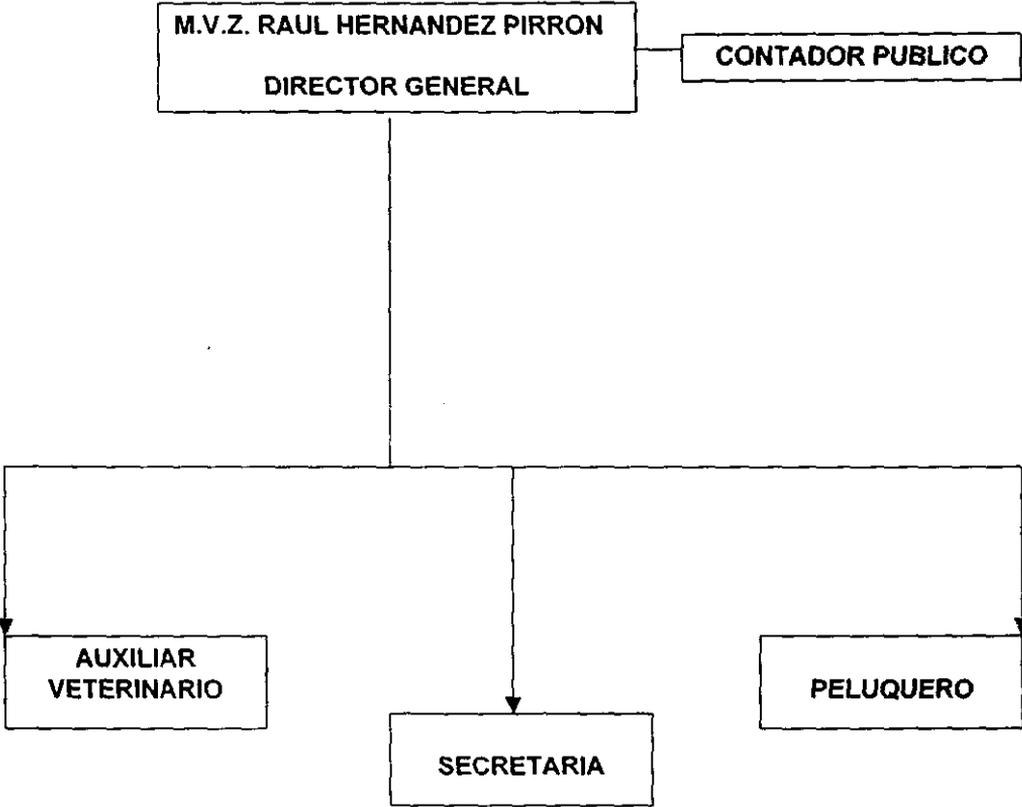
MISIÓN

Proporcionar bienestar al cliente y a su mascota mediante un servicio medico veterinario sustentado en un diagnostico integral apoyando cualquier acción en valores.

VISIÓN

Desarrollar una empresa sustentada en servicio, diversificándose en diversas áreas tales como: laboratorio clínico, ortopedia, oftalmología y reproducción.

ORGANIGRAMA



DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS

1. Director:

Areas de resultados	Responsabilidades	Parámetros
Administración de la clientes clínica	Apertura y cierre de la misma en los <i>horarios</i> establecidos. Corte de caja diariamente	Número de quejas de <i>insatisfechos.</i> Faltantes y sobrantes
Relación y pago a pro veedores pago retrasado	Pago oportuno a estos	Número de proveedores inconformes por
Relación y pago a em incon- pleados re-	Pago oportuno de estos	Número de empleados formes por pago incorrecto o trasado.
Pago de rentas y servi cios	Pago oportuno de estos	Número de notas de cargos por retraso en el pago de los mismos
Supervisión de perso nal inconformes	Buen trato y asesoramiento técnico del personal Secretaria Peluquero Asistente veterinario	%de rotación de personal % de empleados % de deficiencia en relaciones interpersonales
Servicio al cliente: Medicina preventiva presentan.	Manejo del biológico, cale nario de vacunación ade- cuados	Número de animales vacunados que se enfermos

Aplicación de tratamientos	Usar tratamientos adecuados y medicamentos de	Número de perros que no respondieron al tratamiento buena calidad
insatisfechos		Número de clientes

Análisis de laboratorio	Tomar una decision en base a este para un diagnóstico acertado	Número de muestras que no fueron de utilidad
	trata-	Número de errores en el
		mimiento de acuerdo al análisis de laboratorio

2. Asistente veterinario:

Areas de resultados	Responsabilidades	Parámetros
Servicio al cliente: Medicina preventiva	aplicación de vacunas	numero de animales vacunados ,que se presentan enfermos
Asistencia al MVZ en la Aplicación de tratamien tos	aplicación de medicamentos y dosis adecuados	numero de animales que no responden al tratamiento
Asistencia al mvz en cirugías	chequeo de signos vitales del paciente y manejo de instrumental.	% de cirugías sin éxito
Asistencia al MVZ en urgencias	adecuada aplicación de medicamentos, suero, sondas y anestésicos.	Número de clientes insatisfechos por un tratamiento inadecuado

INFORMACION BASICA EXTERNA

Población Aproximada de habitantes	940,000
Población De Mascotas En La Zona	180,000
Animales Callejeros	6000
Mascotas De Alta Estima	2,000
Mascotas De Baja Estima	400
Población Canina Como Mercado Meta	1,500
Consultorios Veterinarios	10
Farmacias Veterinarias	2
Centro Antirrábico Municipal	1
Médicos Veterinarios de La Zona	Desunidos
Licencias Y Permisos	Accesibles
Nivel Económico De La Colonia: Valle Dorado	Medio Alto
Ubicación De La Clínica Veterinaria	Centro Comercial del Kiosco Av. De los Continentes, N° 82 Valle Dorado, Tlalnepantla, Estado de México, México.
Padecimientos Más Frecuentes	Trastornos Digestivos Y Respiratorios

INFORMACION BASICA INTERNA

1) Servicio Al Cliente

- *Trato Amable.*
- *Atención Eficiente Y Confiable.*
- *Servicio Honesto.*
- *Medicamentos De Alta Calidad*
- *Servicio De Estética Canina Con Vista Al Exterior*
- *Precios Accesibles*

2) Medicamentos, Artículos Y Accesorios Para Mascotas.

- *Venta De Alimento.*
- *Extensa Variedad*
- *Zona De Exhibición Al Exterior De Nuestros Productos*
- *Precios Accesibles*

3) Localización De La Clínica.

- *Ubicada En La Plaza Comercial del Kiosco. Av. De los Continentes N° 82, Valle Dorado, Tlalnepanitla, Estado de México, México.*
- *Cercana a un Acuario con Venta de Mascotas, sin Servicio de Medico Veterinario.*
- *Dicho acuario cuenta con un gran numero de clientes.*
- *Cuenta Con Estacionamiento.*

4) Promoción:

- Anuncio En Periódico Local
- Repartición De Volantes
- Repartición De Tarjetas De Presentación
- Repartición De Tarjetas Imantadas
- Promociones Periódicas De Nuestros Servicios

ANALISIS SITUACIONAL

a) Análisis del entorno :

Identificación de oportunidades y problemas

AREA DE INFLUENCIA	OPORTUNIDAD	PRIORIDAD	PROBLEMA	PRIORIDAD
Mercado	Mayor adquisición de animales de compañía y protección	1		
Competencia	Existencia de otro consultorio en la misma zona	2		
Proveedores	Aumento en el número de estos teniendo la opción de elegir el que ofrezca mejores condiciones.	3	Diagnósticos tardíos por entrega de exámenes de laboratorio a destiempo. Pérdida de tiempo por atención a proveedores	6
Sociedad	Mayor preocupación por el cuidado de los animales de compañía debido a la influencia de los diversos medios de comunicación.	4	Escasa educación desde que se adquiere una mascota hasta en el cuidado posterior de ella .Alto índice delictivo en el país.	4
Tecnológico	Aparición de equipos novedosos para el diagnóstico en el área veterinaria	5		
Clima	Enfermedades propias de cada estación del año	6	En época de lluvias disminuyen los ingresos	7
Ecología	Mayor preocupación por la sociedad en general por el cuidado del medio ambiente	7	Dificultad para la eliminación de desechos tóxicos y de cadáveres.	5
Gobierno	Colaboración para la realización de campañas de vacunación antirrábica gratuita que promueve la clínica	8	Se requieren demasiados trámites gubernamentales para la instalación del Consultorio	2
Economía			Bajo poder adquisitivo, mala situación económica del país.	1
Fiscal			Alza de impuestos y la necesidad de contratar un Contador Público	3

ANALISIS DEL ENTORNO

OPORTUNIDADES	ACCIONES DE DESARROLLO
Mayor adquisición de animales de compañía y protección	Concientizar a la gente en el hecho de que adquiere un ser vivo que requiere de atenciones, cuidados y educación.
Existencia de otro consultorio en la misma zona	Siempre se ofrecerá algo mejor que la competencia ya sea calidad, seguridad, buena imagen, buen trato del cliente y su mascota, promociones, etc.
Aumento en el número de proveedores teniendo la opción de elegir el que ofrezca mejores condiciones. Actualización sobre los nuevos productos que se expandan en el mercado.	Escoger lo que más convenga a nuestros intereses (medicamentos, Precios, descuentos, y facilidades de pago).
Mayor preocupación por el cuidado de los animales de compañía debido a la influencia de los diversos medios de comunicación.	Ofrecer servicios médicos veterinarios dando mayor importancia a la medicina preventiva, además de ofrecer otros servicios como peluquería, pensión, etc.
Aparición de equipos novedosos para el diagnóstico en el área veterinaria.	A mediano plazo adquirir equipo que permita un diagnóstico más acertado.
Enfermedades propias de cada estación del año.	Implementar cuidados preventivos hacia las mascotas o tratamientos adecuados y efectivos en el caso de que ya padezcan la enfermedad.
Mayor preocupación por la sociedad en general para el cuidado del medio ambiente	Colaborar educando a la gente para que recoja las excretas de su perro cuando sale a pasear con éste.
Colaboración para la realización de campañas de vacunación antirrábica gratuita que promueve el consultorio.	Llevar a cabo diversas promociones durante la campaña como por ejemplo: desparasitación gratuita en la aplicación de vacuna múltiple.

ANALISIS DEL ENTORNO.

PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACION
Bajo poder adquisitivo Mala situación económica en el país	Ofrecer precios estandarizados de acuerdo a la zona y periódicamente llevar a cabo promociones que permitan una mayor captación de clientes
Se requieren demasiados trámites gubernamentales para la instalación del consultorio	Contar con todos los requerimientos que exige el gobierno para agilizar los trámites
Alza de impuestos pro la situación económica del país y necesidad de contratar un profesionista que resuelva los problemas fiscales y contables	Llevar en orden la contabilidad para entregar a tiempo al contador y no tener que pagar multas y recargos
Escasa educación desde que se adquiere una mascota hasta el cuidado posterior a ellas	El MVZ no sólo debe proporcionar atención médica sino también educar al cliente en el cuidado y manejo de su mascota
Dificultad para la eliminación de desechos tóxicos y cadáveres	Contratar laboratorios que ofrezcan estos servicios.
Diagnósticos tardíos por entrega de exámenes de laboratorio a destiempo Pérdida de tiempo por atención a proveedores	Tomar muestras adecuadas para evitar así más pérdida de tiempo en el diagnóstico. Citar a proveedores en horarios establecidos para que no interfieran en horarios de consultas
En época de lluvias disminuyen los ingresos	Realizar muchas promociones durante esa época

ANÁLISIS SITUACIONAL

b) Análisis de la Empresa:

Identificación de Fuerzas y Debilidades

ÁREA DE GESTIÓN	FUERZAS	PRIORIDAD	DEBILIDADES	PRIORIDAD
Clientela	Se cuenta con cartera de clientes Conocimiento de las necesidades del cliente	1		
Nivel Técnico	Eficiente	2	Falta de experiencia	2
Servicio	Se ofrecen diversos servicios. Un alto porcentaje de los clientes regresa solicitando el mismo servicio o uno diferente	3		
Capital	Suficiente	4		
Políticas y Procedimientos	Políticas de trato al cliente para el cuidado de su mascota	5		
Competitividad	Atención personalizada con eficiencia y honradez Local bien ubicado que cuenta con mobiliario e instrumental básicos así como diversos artículos y accesorios para su venta	6	Limitantes en ciertas áreas médicas debidas a la falta de instrumental adecuado y equipo más sofisticado	4
Planes y Objetivos	Planes de promoción de la clínica Planes de desarrollo profesional incorporándose a alguna asociación de Médicos Veterinarios Zootecnistas para una actualización constante	7		
Costos	Similares a los existentes	8		
Estructura Organizacional/ Personal		9	Pasante de Médico Veterinario Zootecnista	1
Gastos		10	Exceso de gastos al instalar el negocio	3

ANALISIS DE LA EMPRESA

FUERZA	POSIBLE APLICACION
Se cuenta con cartera de clientes Conocimiento de las <i>necesidades</i> del mismo	Atención personalizada y satisfacción del cliente
Nivel técnico eficiente	Proporcionando servicios de medicina preventiva , medicina interna y cirugía
Se ofrecen diversos servicios. Un alto porcentaje de los clientes regresa solicitando el mismo servicio o uno diferente	Buena imagen y confiabilidad en los servicios que se prestan
Capital suficiente	Se planeará la utilización de los recursos según las necesidades de la clínica
<i>Políticas de trato al cliente para el cuidado de su mascota</i>	Llegar a un buen entendimiento con el cliente para una relación duradera
Atención personalizada con eficiencia y honradez Local bien ubicado que cuenta con mobiliario e instrumental básicos así como diversos artículos y accesorios para su venta	Con todo esto conseguir que el cliente regrese
Planes de promoción de la clínica Planes de desarrollo profesional incorporándose a alguna asociación de Médicos Veterinarios Zootecnistas para una actualización constante	Superación profesional para brindar un mejor servicio Colaborar con el control de la sobrepoblación canina y felina
Costos similares a los existentes	La ética personal y un buen servicio harán la diferencia

ANALISIS DE LA EMPRESA

DEBILIDAD	QUE IMPIDE	CORRECCION
Pasante de Médico Veterinario Zootecnista	El requerir de una Cédula Profesional para la expedición de certificados de vacunación y de Salud	Titulación en el año de 1999
Falta de experiencias en algunas áreas	Falta de preparación adecuada	Tomar cursos de actualización
Exceso de gastos al instalar un negocio	Necesidad de inversión en equipo necesario para el consultorio	Atraer más clientela y conservarla
Limitantes en ciertas áreas médicas debidas a la falta de instrumental adecuado y equipo más sofisticado	Que se pueda conseguir el monopolio Falta de medios económicos y capacitación	Proporcionar mejor calidad en la atención al cliente y su mascota Alianza de Médicos Veterinarios que cuenten con equipo y experiencia que el caso requiera

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Area de resultados: mercadotecnia

Objetivo 1. - Mantener una cartera de 500 clientes de servicio

Estrategias

- 1.1 Elaboración de volantes, tarjetas imantadas, tarjetas de presentación.
- 1.2 Anunciar los servicios de la clinica veterinaria en el periódico local de distribución gratuita.
- 1.3 Promocionar descuentos en los servicios en forma periódica mediante carteles llamativos en la clínica veterinaria
- 1.4 Brindar un servicio eficaz y honesto.
- 1.5 Promocionar nuestros artículos y productos veterinarios mediante una vitrina de exhibición.
- 1.6 Contactar con los proveedores apropiados

Planes de acción:	fechas		responsable
	inicio	termino	
1.1.1-Cotizar los diferentes diseños de volantes para su distribución.	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.1.2. Contratar personal para la reparación de los volantes a posibles clientes distribuyéndolos en el área circundante a la clinica.	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.1.3. Repartir tarjetas imantadas con nuestra dirección y los diferentes servicios que ofrecemos a cada cliente que visita nuestra clínica.	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.1.4. Repartir tarjetas de presentación a nuestros conocidos, amigos y familiares.	07-01-99	07-02-99	d.g.

1.2.1. Anunciarse puntualmente en el periódico local para no perder nuestro espacio En el mismo y pagar la renovación puntual Mente	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.3.1. diseño de carteles de nuestras promociones de acuerdo a la estación del año.	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.4.1. Capacitar al personal en forma constante para proporcionar un servicio adecuado, enfatizando la cordialidad en nuestro servicio.	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.5.1 Cotizar los diferentes tipos de vitrinas para la elección de la mas apropiada	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.5.2. Colocar la vitrina que de hacia el Exterior para que sea visible.	07-01-99	07-02-99	d.g.
1.6.1. Contactar con los proveedores que Nos ofrezcan los mejores precios y las Mejores facilidades de pago, así como de Compras al mayoreo para tener una mayor utilidad.	07-01-99	07-02-99	d.g.

Objetivo 2. Capacitación y actualización del director general en el segundo semestre del año.

Estrategias:

- 2.1. Investigar los costos y requisitos para inscribirse a AMMVEPE.
- 2.2. Investigar los costos y requisitos para inscribirse a la revista de la UNAM.
- 2.3. Ahorrar el 1% de las consultas para pagar el curso.
- 2.4. Investigar las fechas de los cursos.

Planes de acción:	fechas		responsable
	inicio	termino	
2.1.1. Cumplir con los requisitos y el pago correspondiente.	03-03-99	03-06-99	d.g
2.2.1. Cumplir con los requisitos y el pago correspondiente.	03-03-99	03-06-99	d.g
2.3.1. Calcular el 1% de las consultas diariamente y ahorrarlo en una alcancía.	03-03-99	03-06-99	d.g
2.4.1. Consultar las fechas de los cursos en ambos lugares e inscribirse a tiempo.	03-03-99	03-06-99	d.g

Objetivo 3.- Implementar un sistema administrativo en las áreas de organizacion,planeacion y control.

Estrategias:

- 3.1. Definir estrategias de crecimiento cursos de contabilidad, administración y computación.
- 3.2. Selección de personal de acuerdo a las necesidades de la clínica.
- 3.3. Establecer sistemas de control en compras y ventas

Planes de acción:	fechas		responsable
	inicio	termino	
3.1.1. Realizar un análisis de mercado en el área de valle dorado.	20-06-99	20-11-99	d.g
3.1.2. Presupuestar gastos y costos	20-06-99	20-11-99	d.g
3.1.3. Presupuestar cursos y fechas de inscripción	20-06-99	20-11-99	d.g
3.2.1. Establecer y aplicar el organigrama	20-06-99	20-11-99	d.g
3.2.2. Definir puestos y actividades	20-06-99	20-11-99	d.g
3.3.1. Establecer el control de inventarios	20-06-99	20-11-99	d.g
3.3.2. Llevar la contabilidad en forma adecuada	20-06-99	20-11-99	d.g

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

DESCRIPCION DE LA INVERSION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
UNA MESA DE EXPLORACION	1,750	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,750
UN REFRIGERADOR	1890	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,890
DOS JAULAS MEDIANAS	900	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	900
UNA RASURADORA ELECTRICA	1250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,250
ESTUCHE DE DIAGNOSTICO	1500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,500
MEDICO												
AUTOCLAVE	1600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,600
PORTASUEROS	250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	250
UN ESTUCHE DE CIRUGIA	1250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,250
GENERAL												
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFNA.	750	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	750
JAULAS MEDIANAS	0	0	0	0	0	900	0	0	0	0	0	900
APARATO DE RAYOS X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25000	25,000
AUTOCLAVE	1600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,600
SECADORA	0	1600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,600
MESA PARA PELUQUERIA	0	400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	400
UNA BITRINA	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	300
	13,040	2,000	0	0	0	900	0	0	0	0	25,000	40,940
SUB-TOTAL												
	1956	300	0	0	0	135	0	0	0	0	3750	6141
I.V.A. 15 %												
	14,996	2,300	0	0	0	1,035	0	0	0	0	28,750	47,081
TOTAL												

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

1999

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO BANCOS	10.000,0	3.919,3	11.913,7	21.640,6	32.818,4	48.425,9	66.981,4	79.718,8	94.726,0	112.302,3	133.970,7	126.804,2
MAS												
INGRESOS												
VENTAS PRODUCTOS	5830	5213	6544	5738	6302	6539	5685	4431	6964	6557	6750	6677
VENTAS SERVICIOS	25890	26560	25480	27780	32820	37320	31580	33180	34760	40220	41690	26030
TOTAL VENTAS	31.720,0	31.773,0	32.024,0	33.518,0	39.122,0	43.859,0	37.265,0	37.611,0	41.724,0	46.777,0	48.440,0	32.707,0
SUMA BANCOS E INGRESOS	41.720,0	35.692,3	43.937,7	55.158,6	71.940,4	92.284,9	104.246,4	117.329,8	136.450,0	159.079,3	182.410,7	159.511,2
MENOS												
EGRESOS												
GASTOS ADMON	14019	13119	12919	13119	12919	13119	14519	13119	12919	13119	14244	13619
COSTO DE PRODUCTOS	3720,74	3222,56	4042,12	3618,18	3946,5	4003,5	3524,56	2812,81	4295,75	4092,62	4258,43	4210,49
COSTO DE SERV.	5065	5137	5336	5603	6649	7146	6484	6672	6933	7897	8354	5274
INVERSIONES	14.996	2.300	0	0	0	1.035	0	0	0	0	28.750	47.081
SUMA DE EGRESOS	37.800,7	23.778,6	22.297,1	22.340,2	23.514,5	25.303,5	24.527,6	22.603,8	24.147,8	25.108,6	55.606,4	70.184,5
IGUAL												
SALDO	3.919,3	11.913,7	21.640,6	32.818,4	48.425,9	66.981,4	79.718,8	94.726,0	112.302,3	133.970,7	126.804,2	89.326,7

PRESUPUESTO DE COSTOS PRODUCTOS

1999

PRODUCTO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
COLLAR CHICO	\$ 15,00	4	60	2	30	2	30	2	30	2	30	4	60
COLLAR MEDIANO	\$ 20,00	2	40	2	40	4	80	2	40	2	40	4	80
COLLAR GRANDE	\$ 25,00	4	100	2	50	4	100	1	25	2	50	2	50
CORRE MANEJO CORTA	\$ 30,00	2	60	2	60	2	60	4	120	1	30	4	120
CORREA BANDOLA CROM.	\$ 60,00	2	120	1	60	2	120	6	360	2	120	6	360
PECHERA	\$ 80,00	1	60	2	120	1	60	2	120	2	240	2	120
BOZAL	\$ 30,00	2	60	5	150	2	60	4	120	7	210	4	120
CORREA N. DELG. C/COLLAR	\$ 10,0	6	60	4	40	6	60	4	40	4	40	4	40
CORREA METALICA GRUESA	\$ 20,00	4	80	2	40	4	80	8	160	2	40	16	320
PELOTA DE HULE	\$ 10,00	6	60	4	40	4	40	4	40	4	40	4	40
COMEDERO DOBLE	\$ 9,00	4	36	2	18	6	54	2	18	4	36	1	9
COMEDERO SENCILLO	\$ 9,00	4	36	4	36	4	36	1	9	4	36	1	9
CARDA UNIVERSAL	\$ 25,00	4	100	2	50	4	100	4	100	2	50	4	100
HUESO DE HULE CHICO	\$ 5,00	8	40	2	10	6	30	6	30	4	20	6	30
REPELENTE GRANULADO	\$ 40,00	2	80	2	80	2	80	4	160	2	80	4	160
RECOGEDOR DE EXCRETAS	\$ 43,00	2	86	2	86	15	645	2	86	2	86	1	43
CORTA UÑAS	\$ 45,00	4	180	2	90	4	180	2	90	2	90	1	45
ABRIGO MEDIANO	\$ 50,00	1	50	2	100	1	50	1	50	2	100	1	50
ABRIGO GRANDE	\$ 60,00	1	60	4	240	1	60	1	60	4	240	1	60
SWETER T2	\$ 28,00	1	28	4	112	1	28	1	28	4	112	1	28
SWETER T4	\$ 30,00	1	30	4	120	1	30	1	30	4	120	1	30
SWETER T6	\$ 40,00	1	40	2	80	1	40	1	40	2	80	1	40
SWETER T8	\$ 42,00	1	42	6	252	1	42	1	42	8	336	1	42
PROPLAN CREC. 1,8 KG.	\$ 58,50	4	234	2	117	4	234	6	351	2	117	1	58,5
PROPLAN CREC 3,6 KG	\$ 102,00	6	612	4	408	6	612	4	408	4	408	2	204
PROPLAN ADULTO 3,6 KG	\$ 89,47	4	357,88	2	178,94	4	357,88	2	178,94	4	357,88	8	715,76
PROPLAN DIETA 3,6 KG	\$ 77,81	6	466,86	2	155,62	4	311	4	311	2	155,62	4	311
SUB-TOTAL			3176,74		2763,56		3580,12		3047,18		3264,5		3245,5

PRESUPUESTO DE COSTOS PRODUCTOS

1999

22

PRODUCTO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
Descripcion	Pesos.	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
HUESO DE CARNAZA	\$ 10,00	6	60	6	60	6	60	8	80	8	80	10	100
CAT CHOW SPC. CARE	\$ 30,00	4	120	4	120	4	120	8	180	8	240	8	240
CALCIO SOL C/FIJADOR	\$ 48,00	2	96	2	96	1	48	1	48	2	96	2	96
PROVITE VITAMINAS	\$ 20,00	4	80	2	40	4	80	4	80	6	120	6	120
ARENA MISIFUS	\$ 11,0	2	22	1	11	2	22	1	11	2	22	2	22
AZUL PIOTAMICO	\$ 14,00	2	28	4	56	4	56	4	56	2	28	6	84
VERMIPLEX 12	\$ 8,00	2	16	2	16	2	16	2	16	2	16	2	16
BAMITOL POMADA	\$ 40,00	2	80	1	40	1	40	2	80	1	40	1	40
POMADA DE LA TIA	\$ 20,00	2	40	1	20	1	20	1	20	2	40	2	40
SUB-TOTAL			542		459		462		571		682		758
TOTAL			3720,74		3222,56		4042,12		3618,18		3946,5		4003,5

PRESUPUESTO DE COSTOS PRODUCTOS

1999

23

PRODUCTO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
Descripcion	Pesos.	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
COLLAR CHICO	\$ 15,00	1	15	2	30	2	30	2	30	3	45	3	45
COLLAR MEDIANO	\$ 20,00	2	40	2	40	2	40	2	40	3	60	3	60
COLLAR GRANDE	\$ 25,00	2	50	1	25	2	50	1	25	2	50	2	50
CORRE MANEJO CORTA	\$ 30,00	2	60	2	60	1	30	3	90	3	90	3	90
CORREA BANDOLA CROM.	\$ 60,00	1	60	3	180	9	540	3	180	3	180	3	180
PECHERA	\$ 60,00	1	60	2	120	1	60	2	120	2	120	2	120
BOSAL	\$ 30,00	50	1500	2	60	35	1050	2	60	3	90	3	90
CORREA N. DELG. C/COLLAR	\$ 10,0	2	20	3	30	3	30	3	30	3	30	3	30
CORREA METALICA GRUESA	\$ 20,00	1	20	8	160	1	20	10	200	3	60	5	100
PELOTA DE HULE	\$ 10,00	3	30	2	20	3	30	3	30	3	30	3	30
COMEDERO DOBLE	\$ 9,00	2	18	0	0	3	27	1	9	2	18	2	18
COMEDERO SENCILLO	\$ 9,00	2	18	0	0	3	27	0	0	1	9	1	9
CARDA UNIVERSAL	\$ 25,00	1	25	2	50	1	25	2	50	2	50	2	50
HUESO DE HULE CHICO	\$ 5,00	3	15	3	15	3	15	4	20	4	20	4	20
REPELENTE GRANULADO	\$ 40,00	1	40	2	80	1	40	2	80	2	80	2	80
RECOGEDOR DE EXCRETAS	\$ 43,00	1	43	0	0	6	258	1	43	0	0	0	0
CORTA UNAS	\$ 45,00	1	45	0	0	2	90	0	0	0	0	1	45
ABRIGO MEDIANO	\$ 50,00	0	0	0	0	0	0	2	100	2	100	2	100
ABRIGO GRANDE	\$ 60,00	0	0	0	0	0	0	2	120	2	120	2	120
SWETER T2	\$ 28,00	0	0	0	0	0	0	2	56	2	56	2	56
SWETER T4	\$ 30,00	0	0	0	0	0	0	2	60	2	60	2	60
SWETER T6	\$ 40,00	0	0	0	0	0	0	2	80	2	80	2	80
SWETER T8	\$ 42,00	0	0	0	0	0	0	2	84	2	84	2	84
PROPLAN CREC. 1.8 KG.	\$ 58,50	2	117	3	175,5	2	117	3	175,5	3	175,5	3	175,5
PROPLAN CREC 3,6 KG	\$ 102,00	2	204	3	306	3	306	3	306	3	306	4	408
PROPLAN ADULTO 3,6 KG	\$ 89,47	2	178,94	4	357,88	2	178,94	4	357,88	4	357,88	2	178,94
PROPLAN DIETA 3,6 KG	\$ 77,81	2	155,62	3	233,43	1	77,81	4	311,24	5	389,05	5	389,05
SUB-TOTAL			2714,56		1942,81		3041,75		2657,62		2660,43		2666,49

PRESUPUESTO DE COSTOS PRODUCTOS

1999

24

PRODUCTO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
		U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
HUESO DE CARNASA	\$ 10,00	4	40	8	60	4	40	8	80	4	40	4	40
KAT CHOW SPC. CARE	\$ 30,00	4	120	4	120	8	240	8	240	10	300	10	300
CALCIO SOL C/FIJADOR	\$ 48,00	4	192	4	192	6	288	6	288	4	192	4	192
PROVITE VITAMINAS	\$ 20,00	2	40	4	80	4	80	8	160	6	120	8	160
ARENA MISIFUS	\$ 11,0	2	22	2	22	2	22	1	11	2	22	2	22
AZUL PIOTAMICO	\$ 14,00	2	28	2	28	4	56	8	112	10	140	2	28
VERMIPLEX 12	\$ 8,00	6	48	6	48	6	48	8	64	8	64	10	80
BAMITOL POMADA	\$ 40,00	6	240	6	240	8	320	8	320	10	400	12	480
POMADA DE LA TIA	\$ 20,00	4	80	4	80	8	160	8	160	16	320	12	240
SUB-TOTAL			810		870		1254		1435		1598		1542
TOTAL			3524,56		2812,81		4295,75		4092,62		4258,43		4210,49

PRESUPUESTO DE COSTOS DE SEVICIOS

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
		Pesos.	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad
VACUNA RABIA	\$ 20,00	19	380	20	400	15	300	17	340	16	320	16	320	103	2060
VACUNA DA2L	\$ 27,00	16	432	20	540	20	540	17	459	21	567	24	648	118	3186
VACUNA PARVO.	\$ 25,00	17	425	16	400	16	400	15	375	18	450	18	450	100	2500
VACUNA DH PPL	\$ 29,00	10	290	12	348	10	290	11	319	12	348	8	232	63	1827
VAC. LEU. FEL.	\$ 49,00	6	294	4	196	6	294	6	294	6	294	8	392	36	1764
VAC. TRIPLE FELINO	\$ 36,00	4	144	4	144	6	216	6	216	8	288	8	288	36	1296
CIRUG. OVH FELINO	\$ 32,00	6	192	5	160	2	64	4	128	4	128	4	128	25	800
CIRUG. OVH CANINO	\$ 38,00	6	228	8	304	4	152	4	152	8	304	6	228	36	1368
ORQUI. FELINOS	\$ 15,00	4	60	7	105	4	60	7	105	4	60	6	90	32	480
ORQUI. CANINOS	\$ 25,00	6	150	6	150	6	150	5	125	8	100	18	450	49	1125
CAUDEC. COSM.	\$ 20,00	4	80	5	100	4	80	6	120	4	80	14	280	37	740
OTECTOMIA COSM.	\$ 25,00	6	150	4	100	6	150	10	250	16	400	18	450	60	1500
CONSULTAS	\$ 30,00	21	630	21	630	26	780	25	750	12	360	32	960	137	4110
DESPARAS.	\$ 10,00	24	240	12	120	24	240	27	270	29	290	20	200	136	1360
PELUC. CORTE	\$ 40,00	12	480	12	480	14	560	16	640	18	720	16	640	88	3520
PELUC. RAP.	\$ 50,00	10	500	10	500	12	600	12	600	12	600	14	700	70	3500
LIMPIEZA DENTAL	\$ 80,00	4	320	4	320	4	320	4	320	15	1200	6	480	37	2960
LIMPIEZA DE OIDO	\$ 35,00	2	70	4	140	4	140	4	140	4	140	6	210	24	840
TOTAL			5065		5137		5336		5603		6649		7146		34936

PRESUPUESTO DE COSTOS DE SEVICIOS

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2º.SEMESTRE	
		Pesos.	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad
VACUNA RABIA	\$ 20,00	20	400	20	400	22	440	23	460	24	480	15	300	124	2480
VACUNA DAZL	\$ 27,00	20	540	20	540	21	567	23	621	28	756	16	432	128	3456
VACUNA PARVO.	\$ 25,00	18	450	20	500	20	500	22	550	20	500	15	375	115	2875
VACUNA DH PPL	\$ 29,00	12	348	14	406	14	406	14	406	16	464	8	232	78	2262
VAC. LEU. FEL.	\$ 49,00	10	490	10	490	12	588	8	392	10	490	6	294	56	2744
VAC. TRIPLE FELINO	\$ 36,00	6	216	6	216	4	144	8	288	10	360	5	180	39	1404
CIRUG. OVH FELINO	\$ 32,00	6	192	6	192	8	256	10	320	13	416	4	128	47	1504
CIRUG. OVH CANINO	\$ 38,00	6	228	6	228	4	152	10	380	6	228	6	228	38	1444
ORQUI. FELINOS	\$ 15,00	6	90	6	90	8	120	10	150	10	150	5	75	45	675
ORQUI. CANINOS	\$ 25,00	6	150	8	200	8	200	6	150	8	200	3	75	39	975
CAUDEC. COSM.	\$ 20,00	4	80	8	160	8	160	10	200	12	240	6	120	48	960
OTECTOMIA COSM.	\$ 25,00	8	200	10	250	12	300	12	300	14	350	7	175	63	1575
CONSULTAS	\$ 30,00	23	690	25	750	28	840	31	930	35	1050	24	720	166	4980
DESPARAS.	\$ 10,00	20	200	20	200	23	230	21	210	25	250	12	120	121	1210
PELUC. CORTE	\$ 40,00	14	560	14	560	16	640	18	720	20	800	10	400	92	3680
PELUC. RAP.	\$ 50,00	16	800	16	800	14	700	18	900	20	1000	10	500	94	4700
LIMPIEZA DENTAL	\$ 80,00	8	640	6	480	6	480	8	640	6	480	8	640	42	3360
LIMPIEZA DE OIDO	\$ 35,00	6	210	6	210	6	210	8	280	4	140	8	280	38	1330
TOTAL			6484		6672		6933		7897		8354		5274		41614

PRESUPUESTO GASTOS DE ADMINISTRACION

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL.
SUELDOS	9700	9700	9700	9700	9700	9700	9700	9700	9700	9700	9700	9700	116400
PRESTACIONES	194	194	194	194	194	194	194	194	194	194	194	194	2328
RENTA	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	30000
TELEFONO	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	2700
LUZ	0	300	0	300	0	300	0	300	0	300	0	300	1800
LICENCIAS	500	0	0	0	0	0	500	0	0	0	0	0	1000
LIMPIEZA	100	0	100	0	100	0	100	0	100	0	100	0	600
PAPELERIA	200	0	0	0	0	0	200	0	0	0	0	0	400
MANTENIMIENTO	0	0	0	0	0	0	500	0	0	0	0	500	1000
CONTADOR	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
PUBLICIDAD	400	0	0	0	0	0	400	0	0	0	0	0	800
CAPACITACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1325	0	1325
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	14019	13119	12919	13119	12919	13119	14519	13119	12919	13119	14244	13619	160753

PRESUPUESTO DE VENTAS PRODUCTOS

1999

28

PRODUCTO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
DESCRIPCION	Pesos.												
COLLAR CHICO	\$ 30,00	4	120	2	60	2	60	2	60	2	60	4	120
COLLAR MEDIANO	\$ 40,00	2	80	2	80	4	160	2	80	2	80	4	160
COLLAR GRANDE	\$ 50,00	4	200	2	100	4	200	1	50	2	100	2	100
CORRE MANEJO CORTA	\$ 55,00	2	110	2	110	2	110	4	220	1	55	4	220
CORREA BANDOLA CROM.	\$ 100,00	2	200	1	100	2	200	6	600	2	200	6	600
PECHERA	\$ 95,00	1	95	2	190	1	95	2	190	2	380	2	190
BOZAL	\$ 50,00	2	100	5	250	2	100	4	200	7	350	4	200
CORREA N. DELG. C/COLLAR	\$ 20,0	6	120	4	80	6	120	4	80	4	80	4	80
CORREA METALICA GRUESA	\$ 48,00	4	192	2	96	4	192	8	384	2	96	16	768
PELOTA DE HULE	\$ 20,00	6	120	4	80	4	80	4	80	4	80	4	80
COMEDERO DOBLE	\$ 22,00	4	88	2	44	6	132	2	44	4	88	1	22
COMEDERO SENCILLO	\$ 20,00	4	80	4	80	4	80	1	20	4	80	1	20
CARDA UNIVERSAL	\$ 50,00	4	200	2	100	4	200	4	200	2	100	4	200
HUESO DE HULE CHICO	\$ 8,00	8	64	2	16	6	48	6	48	4	32	6	48
REPÉLENTE GRANULADO	\$ 70,00	2	140	2	140	2	140	4	280	2	140	4	280
RECOGEDOR DE EXCRETAS	\$ 80,00	2	160	2	160	15	1200	2	160	2	160	1	80
CORTA UÑAS	\$ 70,00	4	280	2	140	4	280	2	140	2	140	1	70
ABRIGO MEDIANO	\$ 80,00	1	80	2	160	1	80	1	80	2	160	1	80
ABRIGO GRANDE	\$ 120,00	1	120	4	480	1	120	1	120	4	480	1	120
SWETER T2	\$ 40,00	1	40	4	160	1	40	1	40	4	160	1	40
SWETER T4	\$ 48,00	1	48	4	192	1	48	1	48	4	192	1	48
SWETER T6	\$ 65,00	1	65	2	130	1	65	1	65	2	130	1	65
SWETER T8	\$ 70,00	1	70	6	420	1	70	1	70	8	560	1	70
PROPLAN CREC. 1.8 KG.	\$ 75,00	4	300	2	150	4	300	6	450	2	150	1	75
PROPLAN CREC 3,6 KG	\$ 135,00	6	810	4	540	6	810	4	540	4	540	2	270
PROPLAN ADULTO 3,6 KG	\$ 120,00	4	480	2	240	4	480	2	240	4	480	8	960
PROPLAN DIETA 3,6 KG	\$ 105,00	6	630	2	210	4	420	4	420	2	210	4	420
SUB-TOTAL			4992		4508		5530		4809		5283		5386

29

PRODUCTO	Costo unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
HUESO DE CARNAZA	\$ 15,00	6	90	6	90	6	90	8	120	8	120	10	150
CAT CHOW SPC. CARE	\$ 38,00	4	152	4	152	4	152	6	228	8	304	8	304
CALCIO SOL C/FIJADOR	\$ 75,00	2	150	2	150	1	75	1	75	2	150	2	150
PROVITE VITAMINAS	\$ 32,00	4	128	2	64	4	128	4	128	6	192	6	192
ARENA MISIFUS	\$ 20,0	2	40	1	20	2	40	1	20	2	40	2	40
AZUL PIOTAMICO	\$ 26,00	2	52	4	104	4	104	4	104	2	52	6	156
VERMIPLEX 12	\$ 12,00	2	24	2	24	2	24	2	24	2	24	2	24
BAMITOL POMADA	\$ 65,00	2	130	1	65	1	65	2	130	1	65	1	65
POMADA DE LA TIA	\$ 36,00	2	72	1	36	1	36	1	0	2	72	2	72
SUB-TOTAL			838		705		714		829		1019		1153
TOTAL			5830,00		5213,00		6544,00		5738,00		6302,00		6539,00

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

PRESUPUESTO DE VENTAS PRODUCTOS

1999

PRODUCTO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
		U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
DESCRIPCION	Pesos.												
COLLAR CHICO	\$ 30,00	1	30	2	60	2	60	2	60	3	90	3	90
COLLAR MEDIANO	\$ 40,00	2	80	2	80	2	80	2	80	3	120	3	120
COLLAR GRANDE	\$ 50,00	2	100	1	50	2	100	1	50	2	100	2	100
CORRE MANEJO CORTA	\$ 55,00	2	110	2	110	1	55	3	165	3	165	3	165
CORREA BANDOLA CROM.	\$ 100,00	1	100	3	300	9	900	3	300	3	300	3	300
PECHERA	\$ 95,00	1	95	2	190	1	95	2	190	2	190	2	190
BOZAL	\$ 50,00	50	2500	2	100	35	1750	2	100	3	150	3	150
CORREA N. DELG. C/COLLAR	\$ 20,00	2	40	3	60	3	60	3	60	3	60	3	60
CORREA METALICA GRUESA	\$ 48,00	1	48	8	384	1	48	10	480	3	144	5	240
PELOTA DE HULE	\$ 20,00	3	60	2	40	3	60	3	60	3	60	3	60
COMEDERO DOBLE	\$ 22,00	2	44	0	0	3	66	1	22	2	44	2	44
COMEDERO SENCILLO	\$ 20,00	2	40	0	0	3	60	0	0	1	20	1	20
CARDA UNIVERSAL	\$ 50,00	1	50	2	100	1	50	2	100	2	100	2	100
HUESO DE HULE CHICO	\$ 8,00	3	24	3	24	3	24	4	32	4	32	4	32
REPELENTE GRANULADO	\$ 70,00	1	70	2	140	1	70	2	140	2	140	2	140
RECOGEDOR DE EXCRETAS	\$ 80,00	1	80	0	0	6	480	1	80	0	0	0	0
CORTA UÑAS	\$ 70,00	1	70	0	0	2	140	0	0	0	0	1	70
ABRIGO MEDIANO	\$ 80,00	0	0	0	0	0	0	2	160	2	160	2	160
ABRIGO GRANDE	\$ 120,00	0	0	0	0	0	0	2	240	2	240	2	240
SWETER T2	\$ 40,00	0	0	0	0	0	0	2	80	2	80	2	80
SWETER T4	\$ 48,00	0	0	0	0	0	0	2	96	2	96	2	96
SWETER T6	\$ 65,00	0	0	0	0	0	0	2	130	2	130	2	130
SWETER T8	\$ 70,00	0	0	0	0	0	0	2	140	2	140	2	140
PROPLAN CREC. 1.8 KG.	\$ 75,00	2	150	3	225	2	150	3	225	3	225	3	225
PROPLAN CREC 3,6 KG	\$ 135,00	2	270	3	405	3	405	3	405	3	405	4	540
PROPLAN ADULTO 3,6 KG	\$ 120,00	2	240	4	480	2	240	4	480	4	480	2	240
PROPLAN DIETA 3,6 KG	\$ 105,00	2	210	3	315	1	105	4	420	5	525	5	525
SUB-TOTAL			4411		3063		4998		4295		4196		4257

PRESUPUESTO DE VENTAS PRODUCTOS

1999

31

PRODUCTO	Costo unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
		U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta	U	Venta
HUESO DE CARNASA	\$ 15.00	4	60	6	90	4	60	8	120	4	60	4	60
KAT CHOW SPC. CARE	\$ 38.00	4	152	4	152	8	304	6	304	10	380	10	380
CALCIO SOL CIFIJADOR	\$ 75.00	4	300	4	300	6	450	6	450	4	300	4	300
PROVITE VITAMINAS	\$ 32.00	2	64	4	128	4	128	8	256	6	192	8	256
ARENA MISIFUS	\$ 20.0	2	40	2	40	2	40	1	20	2	40	2	40
AZUL PIOTAMICO	\$ 26.00	2	52	2	52	4	104	8	208	10	260	2	52
VERMIPLEX 12	\$ 12.00	6	72	6	72	6	72	8	96	8	96	10	120
BAMITOL POMADA	\$ 65.00	6	390	6	390	8	520	8	520	10	650	12	780
POMADA DE LA TIA	\$ 36.00	4	144	4	144	8	288	8	288	16	576	12	432
SUB-TOTAL			1274		1368		1966		2262		2554		2420
TOTAL			5685.00		4431.00		6964.00		6557.00		6750.00		6677.00

PRESUPUESTO DE VENTAS SERVICIOS

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		1er.SEMESTRE	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
VACUNA RABIA	\$ 100,00	19	1900	20	2000	15	1500	17	1700	16	1600	16	1600	103	10300
VACUNA DA2L	\$ 150,00	16	2400	20	3000	20	3000	17	2550	21	3150	24	3600	118	17700
VACUNA PARVO.	\$ 110,00	17	1870	16	1760	16	1760	15	1650	18	1980	18	1980	100	11000
VACUNA DH PPL	\$ 180,00	10	1800	12	2160	10	1800	11	1980	12	2160	8	1440	63	11340
VAC. LEU. FEL.	\$ 180,00	6	1080	4	720	6	1080	6	1080	6	1080	8	1440	36	6480
VAC. TRIPLE FELINO	\$ 150,00	4	600	4	600	6	900	6	900	8	1200	8	1200	36	5400
CIRUG. OVH FELINO	\$ 300,00	6	1800	5	1500	2	600	4	1200	4	1200	4	1200	25	7500
CIRUG. OVH CANINO	\$ 450,00	6	2700	8	3600	4	1800	4	1800	8	3600	6	2700	36	16200
ORQUI. FELINOS	\$ 180,00	4	720	7	1260	4	720	7	1260	4	720	6	1080	32	5760
ORQUI. CANINOS	\$ 250,00	6	1500	6	1500	6	1500	5	1250	8	100	18	4500	49	10350
CAUDEC. COSM.	\$ 80,00	4	320	5	400	4	320	6	480	4	320	14	1120	37	2960
OTECTOMIA COSM.	\$ 280,00	6	1680	4	1120	6	1680	10	2800	16	4480	18	5040	60	16800
CONSULTAS	\$ 100,00	21	2100	21	2100	26	2600	25	2500	12	1200	32	3200	137	13700
DESPARAS.	\$ 90,00	24	2160	12	1080	24	2160	27	2430	29	2610	20	1800	136	12240
PELUC. CORTE	\$ 70,00	12	840	12	840	14	980	16	1120	18	1260	16	1120	88	6160
PELUC. RAP.	\$ 80,00	10	800	10	800	12	960	12	960	12	960	14	1120	70	5600
LIMPIEZA DENTAL	\$ 280,00	4	1120	4	1120	4	1120	4	1120	15	4200	6	1680	37	10360
LIMPIEZA DE OIDO	\$ 250,00	2	500	4	1000	4	1000	4	1000	4	1000	6	1500	24	6000
TOTAL			25890		26560		25480		27780		32820		37320		175850

PRESUPUESTO DE VENTAS SERVICIOS

PRODUCTO SERVICIO	Precio unidad.	JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		2er.SEMESTRE	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
VACUNA RABIA	\$ 100,00	20	2000	20	2000	22	2200	23	2300	24	2400	15	1500	124	12400
VACUNA DA2L	\$ 150,00	20	3000	20	3000	21	3150	23	3450	28	4200	16	2400	128	19200
VACUNA PARVO.	\$ 110,00	18	1980	20	2200	20	2200	22	2420	20	2200	15	1650	115	12650
VACUNA DH PPL	\$ 180,00	12	2160	14	2520	14	2520	14	2520	16	2880	8	1440	78	14040
VAC. LEU. FEL.	\$ 180,00	10	1800	10	1800	12	2160	8	1440	10	1800	6	1080	56	10080
VAC. TRIPLE FELINO	\$ 150,00	6	900	6	900	4	600	8	1200	10	1500	5	750	39	5850
CIRUG. OVH FELINO	\$ 300,00	6	1800	6	1800	8	2400	10	3000	13	3900	4	1200	47	14100
CIRUG. OVH CANINO	\$ 450,00	6	2700	6	2700	4	1800	10	4500	6	2700	6	2700	38	17100
ORQUI. FELINOS	\$ 180,00	6	1080	6	1080	8	1440	10	1800	10	1800	5	900	45	8100
ORQUI. CANINOS	\$ 250,00	6	1500	8	2000	8	2000	6	1500	8	2000	3	750	39	9750
CAUDEC. COSM.	\$ 80,00	4	320	8	640	8	640	10	800	12	960	6	480	48	3840
OTECTOMIA COSM.	\$ 280,00	8	2240	10	2800	12	3360	12	3360	14	3920	7	1960	63	17640
CONSULTAS	\$ 100,00	23	2300	25	2500	28	2800	31	3100	35	3500	24	2400	166	16600
DESPARAS.	\$ 90,00	20	1800	20	1800	23	2070	21	1890	25	2250	12	1080	121	10890
PELUC. CORTE	\$ 70,00	14	980	14	980	16	1120	18	1260	20	1400	10	700	92	6440
PELUC. RAP.	\$ 80,00	16	1280	16	1280	14	1120	18	1440	20	1600	10	800	94	7520
LIMPIEZA DENTAL	\$ 280,00	8	2240	6	1680	6	1680	8	2240	6	1680	8	2240	42	11760
LIMPIEZA DE OIDO	\$ 250,00	6	1500	6	1500	6	1500	8	2000	4	1000	8	2000	38	9500
TOTAL			31580		33180		34760		40220		41690		26030		207460

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 1999

CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS													
PRODUCTOS	5.830,0	5.213,0	6.544,0	5.738,0	6.302,0	6.539,0	5.685,0	4.431,0	6.964,0	6.557,0	6.750,0	6.677,0	73.230,0
SERVICIOS	25.890,0	26.560,0	25.480,0	27.780,0	32.820,0	37.320,0	31.580,0	33.180,0	34.760,0	40.220,0	41.690,0	26.030,0	383.310,0
TOTAL DE VENTAS	31.720,0	31.773,0	32.024,0	33.518,0	39.122,0	43.859,0	37.265,0	37.611,0	41.724,0	46.777,0	48.440,0	32.707,0	456.540,0
MENOS													
COSTOS DE PRODUCTOS	3.720,7	3.222,6	4.042,1	3.618,2	3.946,5	4.003,5	3.524,6	2.812,8	4.295,8	4.092,6	4.258,4	4.210,5	45.748,3
COSTO DE SERVICIOS	5.065,0	5.137,0	5.336,0	5.603,0	6.649,0	7.146,0	6.484,0	6.672,0	6.933,0	7.897,0	8.354,0	5.274,0	41.614,0
TOTAL DE COSTOS	8.785,7	8.359,6	9.378,1	9.221,2	10.595,5	11.149,5	10.008,6	9.484,8	11.228,8	11.989,6	12.612,4	9.484,5	87.362,3
IGUAL													
RESULTADO BRUTO	22.934,3	23.413,4	22.645,9	24.296,8	28.526,5	32.709,5	27.256,4	28.126,2	30.495,3	34.787,4	35.827,6	23.222,5	369.177,7
MENOS													
GASTOS DE ADMON.	14.019,0	13.119,0	12.919,0	13.119,0	12.919,0	13.119,0	14.519,0	13.119,0	12.919,0	13.119,0	14.244,0	13.619,0	160.753,0
IGUAL													
RESULTADO OPERACIÓN	8.915,3	10.294,4	9.726,9	11.177,8	15.607,5	19.590,5	12.737,4	15.007,2	17.576,3	21.668,4	21.583,6	9.603,5	208.424,7
% SOBRE VENTA	28,1	32,4	30,4	33,3	39,9	44,7	34,2	39,9	42,1	46,3	44,6	29,4	45,7

CONCLUSIONES

- 1) Para que el negocio sea viable se requieren de \$ 10,000 en el banco, y la inversión inicial se recupera al segundo mes.
- 2) El margen acumulable sobre la venta de productos y servicios es del 45.7 %, es decir que por cada peso se obtienen 45.7 ctvs.

ANEXOS

Juego De Consultorio Veterinario:

- Vitrina
- Mesa De Exploración
- Gabinete
- Lampara C/Chicote
- Porta Suero
- Mesa Para Estética
- Bote Basurero
- Cubeta

Instrumental Quirúrgico:

- 1 Bisturi
- 1 Tijeras De Mayo Rectas
- 1 Tijeras De Metzenbaum
- 1 Pinzas De Dirección Con Dientes
- 1 Pinzas De Dirección Sin Dientes
- 3 Pinzas De Kelly Curvas
- 3 Pinzas De Kelly Rectas
- 4 Pinzas De Campo
- 2 Pinzas De Dollen
- 4 Pinzas De Alice
- 1 Portaagujas
- 1 Riñón
- 1 Cucharilla O Excavadora
- 1 CK6 (TBS)
- 1 Fórceps Para Exodoncia
- 1 Elevador

Equipo Medico:

- 1 Termómetro Clínico
- 1 Estetoscopio
- 3 Sondas Endotraqueales
- 1 Bomba de Ambú
- 1 Estuche de Diagnóstico

BIBLIOGRAFIA

1. Hernandez, R. S. y Ballesteros, I.N: Fundamentos de Administración, Mc Graw Hill, México, 1980,.
2. INEGI, Cuaderno Estadístico Municipal Tlalnepantla, Estado de México., México, 1997.
3. Kotler, P: Mercadotecnia 39ª Edición, Prentice Hall, México, 1989.
4. De las Casas, M. C., "Planeación Estratégica", Seminario de Mercadotecnia Veterinaria, U.N.A.M., 1997.
5. Ramón H., A. "Finanzas" Seminario de Mercadotecnia Veterinaria, U.N.A.M., 1997.