



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

MERCADOTECNIA VETERINARIA
BASES MERCADOLOGICAS PARA LA
INSTALACION DE UNA CLINICA
VETERINARIA EN EL MUNICIPIO DE
TULTEPEC, ESTADO DE MEXICO.

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA
P R E S E N T A :
LITZIA MORENO RAMON

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

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO.

1999.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

0271859



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central

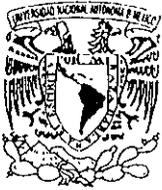


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

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
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

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

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

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN
P R E S E N T E .

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

Mercadotecnia Veterinaria.- Bases Mercadológicas para la Instalación de una Clínica Veterinaria en el municipio de Tultepec, Estado de México.

que presenta la pasante: Litzia Moreno Ramón,
con número de cuenta: 8837782-9 para obtener el Título de:
Médica Veterinaria Zootecnista.

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

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

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautilán Izcalli, Edo. de México, a 15 de febrero de 19 99

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

DEDICATORIAS

A JUAN SEBASTIAN BARRIENTOS POR TODO SU APOYO, COOPERACIÓN, CARIÑO Y COMPRENSIÓN EN MI VIDA Y MI PROFESIÓN.

A MITZLI BARRIENTOS POR TODAS LAS SONRISAS, MOMENTOS DE REFLEXIÓN Y POR MI VIDA.

A NORDIA RAMÓN POR TODO SU APOYO, AMOR Y EXPERIENCIA.

A MARIO MORENO POR ENSEÑARME LAS REGLAS DEL JUEGO QUE HAN GUIADO SIEMPRE MI CAMINO.

A DULKIO MORENO Y ALEJANDRA RESÉNDIZ PORQUE ME HACEN SABER QUE EXISTE LA ESPERANZA,

Y DE MANERA MUY ESPECIAL,

AL M.V.Z. SEGIO CORTÉS Y HUERTA POR ENSEÑARME QUE NO TIENE NADA DE MALO SOÑAR Y QUE LOS SUEÑOS SÓLO SON EL COMIENZO DEL HERMOSO DÍA DE MAÑANA.

AGRADECIMIENTOS

A TODOS MIS AMIGOS QUE HAN HECHO DE MI VIDA UNA GRAN HISTORIA.

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO Y LOS PROFESORES QUE CONTRIBUYERON EN MI FORMACIÓN, EN ESPECIAL A LA M.V.Z. MARICELA ORTEGA POR ENSEÑARME A ENTENDER LA MEDICINA.

Y EN GENERAL,

A TODOS AQUELLOS QUE CONTRIBUYERON EN LA REALIZACIÓN DE ESTE TRABAJO.

Í N D I C E

INTRODUCCIÓN.

1.	Definición del Proyecto.....	01
1.1	Misión.....	02
1.2	Visión.....	03
1.3	Organigrama.....	04
1.4	Descripción de puestos por área de resultados.....	05
2.	Información Básica.....	07
2.1	Externa.....	07
2.2	Interna.....	09
3.	Análisis Situacional.....	11
3.1	Identificación de oportunidades y problemas.....	11
3.2	Identificación de fuerzas y debilidades.....	12
3.3	Análisis.....	13
4.	Estructura del Negocio.....	15
	Objetivo 1, Estrategias, Plan de acción.....	15
	Objetivo 2, Estrategias, Plan de acción.....	16
	Objetivo 3, Estrategias, Plan de acción.....	17
	Objetivo 4, Estrategias, Plan de acción.....	18
5.	Elaboración de Presupuestos.....	19
5.1	Presupuesto de Inversiones.....	19
5.2	Flujo de efectivo proyectado.....	20
5.3	Presupuesto de costos.....	21
5.4	Presupuesto de gastos.....	22
5.5	Presupuesto de ventas.....	23
5.6	Estado de resultados proyectado.....	24
6.	Conclusiones.....	25
	Anexos.....	26
	Información de soporte.....	40

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la situación actual del país centra a la población casi en su totalidad a cubrir sus necesidades principales, dejando a un lado aquellas que representan algún vínculo especial.

En el caso del Servicio Veterinario para Pequeñas Especies no corresponde a una necesidad primaria, es por esto que el número de clientes disponibles dispuestos a adquirir el servicio disminuye en porcentaje al mercado potencial.

Para responder a esto, los Médicos Veterinarios prestadores de su servicio a pequeñas especies debemos de reconocer y dar importancia al vínculo social que representa la mascota en el ámbito social, familiar e individual. Una vez reconocido esto, tenemos que tomar la oportunidad y ofrecer el Servicio Veterinario con un valor agregado principal: la mancuerna Calidad-Servicio, que hará la distinción con el concepto del Servicio Veterinario antiguo, modificando el concepto y reposicionando el Servicio que se ofrecerá en adelante.

Lo antes descrito con la integración de servicios y conocimiento médico entre colegas formará empresas sólidas, competitivas y rentables para todos aquellos que estén dispuestos a tomar el nuevo concepto.

1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

El presente trabajo sienta las bases mercadológicas para la instalación de una clínica veterinaria dedicada a pequeñas especies donde se ofrecen los servicios de peluquería, medicina preventiva, consultas, cirugías, orientación en la tenencia de una mascota.

El negocio estará localizado dentro del área comercial de una gasolinera situada en los límites del municipio de Tultepec y Coacalco. En la misma área comercial se encuentran localizados negocios como una tienda de videos, una tienda de conveniencia con servicio las 24 horas, una lavandería, un servicio radiotécnico, un expendio de agua purificada y una escuela de karate que tienen aproximadamente 8 meses de haber sido instaladas en el lugar, que junto con la gasolinería, cuentan ya con gran número de clientes.

El consultorio veterinario cuenta con una zona donde se localiza la estética canina, otra para el área de pensión y hospitalización, consultorio, quirófano, oficina y sala de recepción y seis cajones de estacionamiento disponibles para clientes.

1.1

MISIÓN

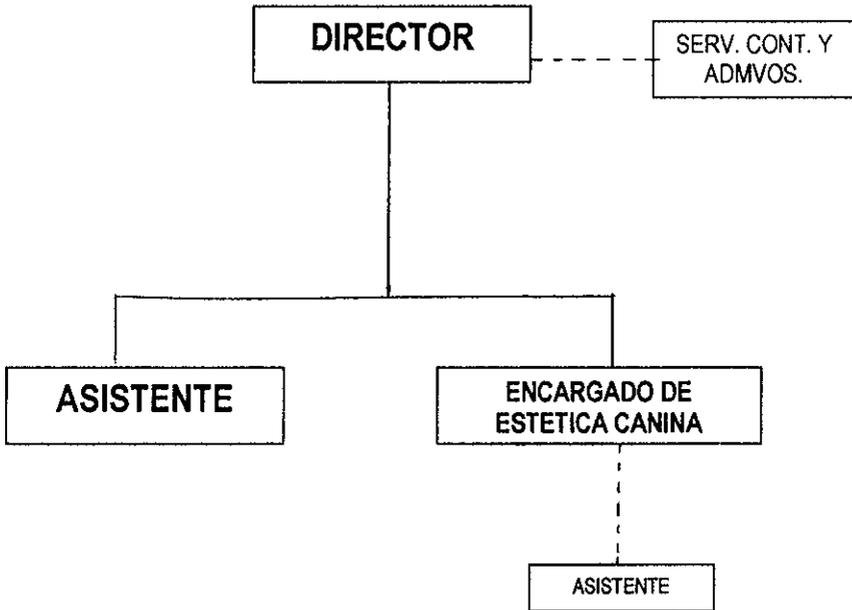
BRINDAR SERVICIOS VETERINARIOS NECESARIOS PARA LA SALUD DE LA MASCOTA INTEGRANDO LA CLÍNICA, CIRUGÍA ESTÉTICA CANINA, MEDICINA PREVENTIVA Y SALUD PÚBLICA, PARA FACILITAR LA RELACIÓN Y MEJORAR LA CONVIVENCIA PROPIETARIO-MASCOTA.

1.2

VISIÓN

INTRODUCIR UN CONCEPTO NUEVO PREFERENCIAL EN LA ZONA Y PROPORCIONAR AL CLIENTE EL SERVICIO DE RAYOS X, LABORATORIO CLÍNICO Y UNA AMPLIA VARIEDAD DE ARTÍCULOS NECESARIOS PARA EL CUIDADO DE SU MASCOTA A FIN DE SER LA CLÍNICA LÍDER DEL ÁREA DEL MUNICIPIO.

1.3 ORGANIGRAMA



1.4 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREA DE RESULTADOS.

TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE.

MISIÓN: RESPONSABLE DEL POSICIONAMIENTO DEL CONSULTORIO ANTE EL CLIENTE Y LA RENTABILIDAD.

ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
PLANEACIÓN	INFORMACIÓN BÁSICA INTERNA Y EXTERNA. DISEÑO DE ORGANIGRAMA Y DESCRIPCIÓN DE PUESTOS. IDENTIFICAR OPORTUNIDADES Y – PROBLEMAS; FUERZAS Y DEBILIDADES; ANÁLISIS. DISEÑAR OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y PLANES DE ACCIÓN	% DE ACIERTO O % DE ERROR. % DE FUNCIONALIDAD. No. DE ERRORES O PROBLEMAS. No. DE ACIERTOS Y No. DE ERRORES.
ORGANIZACIÓN	MANTENER ACTUALIZADO EL ORGANIGRAMA. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS.	No. DE QUEJAS No. PROBLEMAS PERSONALES.
LIDERAZGO	RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL. CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL. MOTIVACIÓN AL PERSONAL. INTEGRACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO.	% DE AUSENTISMO No. DE QUEJAS % FALTISMO No. DE PROBLEMAS ENTRE EL PERSONAL.
CONTROL	MONITOREO DE RESULTADOS DE PLANES, PROYECTOS, COSTOS, GASTOS.	No. DE DESVIACIONES AL PRESUPUESTO.
CLÍNICA	CONSULTAS, CIRUGÍAS, PROGRAMAS DE MEDICINA PREVENTIVA.	No. DE CLIENTES QUE REGRESAN.
COMPRAS	COMPRAS Y ESTRATEGIAS CON PROVEEDORES.	% DE LLENADO DE INVENTARIOS.
ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.	RESPONDER A RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS, ORIENTACIÓN Y RESOLUCIÓN DE INQUIETUDES. CONSULTA A DOMICILIO.	% INCREMENTO EN EL No DE CLIENTES.

TÍTULO DEL PUESTO: ASISTENTE.

TÍTULO DEL SUPERIOR: GERENTE.

MISIÓN: TRABAJAR EN CONJUNTO CON EL GERENTE. AUXILIAR – EN EL POSICIONAMIENTO Y ASPECTO DEL CONSULTORIO PARA LA ACEPTACIÓN DEL CLIENTE.

ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
CLÍNICA	MEDICINA PREVENTIVA, CIRUGÍA, CONSULTA A DOMICILIO	# DE CONSULTAS.
ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE.	ORIENTACIÓN Y SERVICIO TÉCNICO.	# DE CLIENTES.
LIMPIEZA..	CONSERVAR LA LIMPIEZA Y EL BUEN ASPECTO DE LA CLÍNICA, A EXCEPCIÓN DEL ÁREA DE PELUQUERÍA.	% DE INCREMENTO DE CLIENTES. # DE CLIENTES QUE REGRESAN.

TÍTULO DEL PUESTO: ENCARGADO DE ESTÉTICA CANINA.

TÍTULO DEL SUPERIOR: GERENTE.

MISIÓN: REALIZAR TÉCNICAS ESPECIALIZADAS DE ESTÉTICA CANINA DE ACUERDO A LA RAZA Y SEXO DEL ANIMAL DE ACUERDO CON LO QUE EL CLIENTE REQUIERA.

ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARÁMETROS
ESTÉTICA CANINA.	BAÑO, CORTES DE PELO, UNA, LIMPIEZA DE GLÁNDULAS, OJOS, OÍDOS.	% DE CLIENTES QUE REGRESAN.
LIMPIEZA DEL ÁREA DE PELUQUERÍA.	MANTENER EL ÁREA DE PELUQUERÍA LIBRE DE SUCIEDAD Y MALOS OLORES QUE PUEDAN SER PERCIBIDOS POR EL CLIENTE.	# DE CLIENTES.

2. INFORMACIÓN BÁSICA

2.1 EXTERNA.

El municipio de Tultepec, México, cuenta con un total de 75,996 habitantes estimados para 1990 con una tasa de crecimiento del 8.75%, de los cuales 37,606 corresponden a hombres y 38,390 a mujeres. Se estima que para 1999 existen 99,188 habitantes en el municipio. (4)

El municipio se divide en 3 zonas de las cuales en la zona denominada Real de Tultepec-U.H.C.T.M., tengo influencia. Esta sección cuenta con no más de 15 años de antigüedad y el tipo de vivienda es en condominio de interés social, el nivel económico es medio. (4)

La población por grupos de edad se divide de la siguiente manera: (4)

0-4 años	9606	12.64%
5-9 años	9813	12.90%
10-14 años	9149	12.04%
15-19 años	8054	10.60%
20-24 años	7529	9.90%
25-29 años	7140	9.39%
30-34 años	7092	9.33%
40-44 años	3741	4.92%
45-49 años	2467	3.24%
50-54 años	1633	2.14%
55-59 años	1151	1.57%
60 + años	2741	3.60%

Las colonias de afluencia del negocio se describen dentro de un municipio y otro, y hay que señalar que éstas se encuentran muy cercanas.

TULTEPEC
 Teyahualco
 Real de Tultepec
 Unidad Habitacional C.T.M.
 Arcos de Tultepec

COACALCO
 Bosques del Valle 1ª. secc.
 Bosques del Valle 2ª. secc.
 Ex Hacienda San Felipe 1ª. secc.
 Ex Hacienda San Felipe 2ª. secc.
 El Laurel
 Rancho La Palma 3ª. secc.

A excepción de Teyahualco, todas las colonias descritas son viviendas de tipo medio e interés social en condominio horizontal, vertical o casa sola. En los últimos tres años los asentamientos en la zona han ido creciendo, así como los comercios, que en general gozan de buena afluencia de clientes. En el caso de Teyahualco, existe gente que aún se dedica a la ganadería. (4) (3)

El municipio de Tultepec está fuera del área metropolitana por lo que todas las medidas de restricción de contaminación de la ciudad no se aplican de igual manera, como es el ejemplo del programa "Hoy no circula". Esta medida hace que la gente que vive en las cercanías aproveche esta oportunidad para satisfacer sus necesidades de compra y servicios en la zona ya que dispone del automóvil de una manera constante, sin restringirse por los planes de contingencia. (4)

En cuanto a la población canina y felina, en el año de 1998 fueron vacunados contra la rabia por parte del Instituto de Salud del Estado de México, un total de 19882 perros en todo el municipio, de los cuales sólo 3,600 pertenecen al área de influencia del negocio. La razón de la poca cobertura, estimada en un 40%, es la falta de personal para realizar la campaña antirrábica. (1)

Por su parte, el municipio de Coacalco, Estado de México, cuenta con un estimado a 1997 de 451,980 habitantes y 80,680 viviendas. Mi área de influencia comprende 6 colonias de este municipio con un total de 67,772 habitantes y 12,102 viviendas ocupadas, lo que equivale en ambos casos al 15% del total municipal. (3)

COLONIA	VIVIENDAS	HABITANTES
Bosques del Valle 1ª. secc.	1326	7426
Bosques del Valle 2ª. secc.	4761	26662
Conjunto Bosques	1866	10449
Rancho La Palma 3ª. secc.	2094	11727
Ex Hacienda San Felipe 1ª. secc.	867	4855
Ex Hacienda San Felipe 2ª. secc.	1081	6054
El Laurel	107	599

2.2 INTERNA.

El local comercial donde se situará la clínica veterinaria cuenta con una fachada en color verde claro, puerta de 1.80m de ancho y ventanas con cancelería de aluminio color negro, seis espacios para estacionamiento de clientes.

Dentro del local se cuenta ya con una zona de 2.40m x 5.20m construida de cemento con una puerta de acceso y otra en comunicación con el área donde se localizará la oficina, espacio designado por mitad al consultorio y quirófano de la clínica. El equipo con que se adecuará ésta área consta de mesa de exploración, vitrina, gabinete, mesa de cirugía mecánica, portasueros, lámpara de chicote, bote de basura, esterilizador y silla.

El espacio asignado a la oficina tiene 1.70m x 2.20m que cuenta además con una barra de superficie de formaica color verde y acabados con cristalería, de 1.05m de ancho y 2.20m con espacio interior, la cual será usada como escritorio y a la vez como recepción ya que está en comunicación con la sala de espera; también se usará como área de caja.

Se adecuará un área de 1.80m x 2.40m como hospitalización y pensión dividida por una falsa pared de tablaroca y con una puerta, donde se pondrán jaulas de alambre y transportadores.

Junto a ésta área se instalará la peluquería con acceso a la sala de espera dividida por una falsa pared de 1.10m de altura y ventanas con puerta de cancelería de aluminio. En ésta área se construirá una tina de cemento con azulejo blanco para el baño de los perros de 1.20m de largo, 0.90m de ancho y 0.50m de alto, elevada en unos soportes también de cemento de 0.60m. Tendrá además una mesa para estética con superficie antiderrapante, jaula y charola para facilitar la limpieza de éstas jaulas.

La sala de espera cuenta con 2.10m de ancho y 7.30m de largo, donde posteriormente se aprovechará también para exhibir animales para venta, alimento y accesorios. La sala de espera será un lugar confortable, iluminado y ventilado, en contacto con la barra de la oficina, donde además se exhibirán los precios de los servicios que se ofrecen. Contará con asientos y posteriormente con un televisor fijo al techo de la sala.

El piso de la clínica es todo de loseta vinílica, blanco con negro, en perfecto estado y las paredes son de color verde claro.

Los precios de los servicios que se ofrecerán son:

Vacuna Parvovirus	\$	70.00
Vacuna Rabia	\$	55.00
Vacuna Triple	\$	75.00
Desparasitación perro de más de 10 kg	\$	50.00
Desparasitación perro de menos de 10 kg	\$	40.00
Desparasitación cachorro	\$	30.00
Desparasitación gato	\$	30.00
Consulta	\$	50.00
Consulta a domicilio	\$	90.00
Esterilización quirúrgica perra	\$	350.00
Esterilización quirúrgica gata	\$	300.00
Esterilización quirúrgica machos	\$	200.00
Resección de Pabellón Auricular	\$	200.00
Caudectomía	\$	50.00
Día de pensión	\$	60.00
Día de hospitalización	\$	100.00
Estética canina	\$	80.00-120.00

3. ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES.

ÁREA DE INFLUENCIA	OPORTUNIDAD	# PRIORIDAD	PROBLEMA	# PRIORIDAD
MERCADO	LOCAL UBICADO EN LA ZONA COMERCIAL DE UNA GASOLINERA CON SERVICIO LAS 24 HRS Y CON GRAN ALFUENCIA.	1	BAJA DEL VALOR ADQUISITIVO DEL DINERO.	1
	INNOVACIÓN EN EL TIPO DE SERVICIO QUE OFREZCO.	2	FALTA DE EDUCACIÓN DE LA GENTE HACIA EL SERVICIO VETERINARIO.	3
	EL CRECIMIENTO DEL ASENTAMIENTO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS.	3		
	COLONIAS NUEVAS Y OTRAS QUE SE ESTÁN CONSTRUYENDO.	4		
COMPETENCIA.	LA EXISTENCIA DE TRES CONSULTORIOS PEQUEÑOS CON MAL ASPECTO Y NIVEL TÉCNICO, HORARIOS IRREGULARES, ROLAN PERSONAL CONSTANTEMENTE Y NO CUENTAN CON SERVICIO A DOMICILIO Y URGENCIAS.	5	EL TRADICIONALISMO DE ALGUNOS CLIENTES DE ASISTIR A UN SOLO MÉDICO VETERINARIO SIEMPRE.	4
ECONOMÍA	CLIENTELA DE NIVEL ECONÓMICO MEDIO.	8		
FISCAL			PAGO DE IMPUESTOS Y AUMENTO EN LOS MISMOS.	6
GOBIERNO			REGLAMENTACIÓN SANITARIA.	7
SOCIAL	NECESIDAD DEL CLIENTE DE TENER UNA MASCOTA COMO VÍNCULO SOCIAL.	9	IDIOSINCRACIA DEL CLIENTE EN EL RUBRO SALUD PÚBLICA.	5
CLIMA	CAMPAÑAS ANTIRRÁBICAS EN TEMPORADA DE CALOR.	6		
	ENFERMEDADES RESPIRATORIAS EN ÉPOCA DE FRÍO Y LLUVIAS.	7		
ECOLOGÍA			MANEJO DE EXCRETAS DE LAS MASCOTAS EN PENSIÓN Y HOSPITALIZACIÓN.	2

3.2 IDENTIFICACIÓN DE FUERZAS Y DEBILIDADES.

ÁREA DE INFLUENCIA	FUERZAS	# PRIORIDAD.	DEBILIDADES	# PRIORIDAD
CAPITAL DE TRABAJO	CAPITAL PROPIO NECESARIO PARA LA INVERSIÓN DE LA INSTALACIÓN DE LA CLÍNICA.	1	EL FINANCIAMIENTO DEL TIEMPO DE ACREDITACIÓN DEL NEGOCIO.	1
CLIENTELA	VOY A BRINDAR CALIDAD EN EL SERVICIO, ATENCIÓN PERSONAL, ORIENTACIÓN.	5		
	YA CUENTO CON CLIENTES FIJOS .	8		
NIVEL TÉCNICO	CAPACIDAD Y CONOCIMIENTO SUFICIENTES DEL ÁREA VETERINARIA.	9	POCO CONOCIMIENTO DE MANEJO ADMINISTRATIVO.	11
			POCO CONOCIMIENTO SOBRE CIRUGÍA MAYOR Y ORTOPEDIA.	7
			NULO CONOCIMIENTO SOBRE ESTÉTICA CANINA.	8
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL/ PERSONAL	CUENTO CON UN ASISTENTE QUE COMPARTO LA MISIÓN Y EL NIVEL TÉCNICO.	10	AUN NO TENGO PERSONAL PARA EL ÁREA DE PELUQUERÍA.	9
			SOLO CUENTO CON UN SOLO ASISTENTE DEL CUAL DEPENDO.	10
POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS	CLAROS Y BIEN ESTABLECIDOS.	11		
COSTOS	BAJO COSTO DE INVERSIÓN.	3		
GASTOS	GASTOS DE LUZ REDUCIDOS POR ILUMINACIÓN NATURAL	12	PAGO DE UN SERVICIO DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN.	6
	BAJO PRECIO DE LA RENTA DEL LOCAL.	2		
	GASTOS DE VIGILANCIA Y AGUA YA INCLUIDOS EN LA RENTA.	4		
INSTALACIONES	CON BUEN ASPECTO, AMPLIAS Y ADECUADAS PARA EL SERVICIO.	6	NO CUENTO CON SERVICIO DE RX.	5
	6 CAJONES DE ESTACIONAMIENTO PARA CLIENTES.	7	NO EXISTEN EN LA ZONA INSTALACIONES DE LINEAS TELEFÓNICAS TELMEX Y NO SE PUEDE UTILIZAR TELEFONÍA CELULAR POR LA CERCANÍA CON LA GASOLINERA.	2
			NO CUENTO CON INSTALACIONES PARA EL DESECHO DE CADÁVERES.	3
			NO CUENTO CON SERVICIO DE LABORATORIO CLÍNICO Y EL MÁS PROXIMO ESTÁ A 1 HR. DE LA CLÍNICA.	4

3.3 ANÁLISIS

OPORTUNIDAD	ACCIONES A DESARROLLAR
UBICACIÓN DEL LOCAL.	APROVECHAR EL FÁCIL ACCESO Y VISTA DEL LUGAR PARA AHORRAR EN GASTOS DE PROMOCIÓN, O BIEN, IMPLEMENTARLA MEJOR.
INNOVACIÓN EN EL CONCEPTO.	CREAR EN LA GENTE LA PÉRCPCIÓN DE UN MEJOR SERVICIO ACAPARANDO EL MERCADO.
CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN.	INCIDIR EN UN MERCADO MÁS AMPLIO.
COLONIAS NUEVAS Y PRÓXIMAS A POBLARSE.	AMPLIAR EL MERCADO PROMOCIONANDO EN ESTAS COLONIAS OFRECIENDO RESOLVER LOS PROBLEMAS QUE ENFRENTA SU MASCOTA POR EL CAMBIO DE DOMICILIO, O BIEN, ADOPTAR UNA NUEVA MASCOTA QUE SE ADAPTE A LA ACTUAL SITUACIÓN DE LA FAMILIA.
COMPETENCIA.	OFRECER UN BUÉN SERVICIO EN UN AMBIENTE DE SEGURIDAD Y CONFIANZA QUE DESPLAZARÁ EL MAL SERVICIO QUE MI COMPETENCIA OFRECE.
CAMPAÑAS ANTIRRÁBICAS EN ÉPOCA DE CALOR.	COLABORAR CON LA CAMPAÑA ANTIRRABICA EN LA ZONA CON UN PUESTO DE VACUNACIÓN CON APLICACIÓN DE VACUNA ANTIRRÁBICA GRATUITA, SUBSIDIADA POR EL ISEM.
ENFERMEDADES RESPIRATORIAS EN EPOCA DE FRÍO Y LLUVIAS.	APLICACIÓN DE ESQUEMAS DE VACUNACIÓN Y TRATAMIENTOS.
CLIENTELA DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO.	OFRECER UN PRECIO COMPETITIVO Y RECALCAR AL CLIENTE EL BENEFICIO DEL CUIDADO DE LA SALUD DE SU MASCOTA PARA EVITAR UN GASTO MAYOR POR ENFERMEDAD.
NECESIDAD DEL CLIENTE DE TENER UNA MASCOTA COMO VINCULO SOCIAL.	ORIENTAR AL CLIENTE SOBRE EL TIPO DE MASCOTA A ADQUIRIR Y SUS NECESIDADES.

PROBLEMA	POSIBLE REDUCCIÓN
BAJA DEL VALOR ADQUISITIVO DEL DINERO.	OFRECER PRECIOS ACCESIBLES Y RECALCAR EL BENEFICIO DE UNA MASCOTA SANA QUE EVITA GASTOS IMPREVISTOS FUTUROS.
MANEJO DE EXCRETAS DE ANIMALES EN PENSIÓN Y HOSPITALIZACIÓN.	LIMPIEZA CONSTANTE DE INSTALACIONES Y COLOCAR CAPTURADORES DE DRENAJE.
FALTA DE EDUCACIÓN DE LA GENTE HACIA EL SERVICIO VETERINARIO.	APROVECHAR CADA CONSULTA PARA RECALCAR LA IMPORTANCIA DE ÉSTE.
TRADICIONALISMO DE LA GENTE DE RECURRIR SIEMPRE A UN SOLO MÉDICO VETERINARIO.	PROMOCIÓN QUE PROVOQUE QUE EL CLIENTE TRADICIONALISTA VISITE MI CLINICA.
IDIOSINCRACIA EN EL RUBRO SALUD PÚBLICA.	EXPLICAR EN CADA CONSULTA LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA PROMOVER UNA BUENA CONVIVENCIA PROPIETARIO-MASCOTA.
PAGO DE IMPUESTOS Y AUMENTO DE LOS MISMOS.	PAGAR A TIEMPO.
REGLAMENTACIÓN SANITARIA.	CUMPLIR ADECUADAMENTE CON ÉSTA.

FUERZA	POSIBLE APLICACIÓN
CAPITAL DE INVERSIÓN PROPIO.	NO ADQUIRIR CRÉDITOS QUE MINEN LA UTILIDAD POR EL PAGO DE ALTOS INTERESES. SER SUJETO DE CRÉDITO SI NECESITO EXPANDIRME.
BAJO PRECIO DE RENTA.	ME PERMITE BAJAR MIS GASTOS AUMENTANDO MI UTILIDAD.
BAJO COSTO DE INVERSIÓN.	ARRIESGO POCO CAPITAL Y RECUPERO EN POCO TIEMPO LA INVERSIÓN.
VIGILANCIA Y AGUA, GASTOS INCLUIDOS EN LA RENTA.	BAJA MIS GASTOS Y AUMENTA MI UTILIDAD
VOY A BRINDAR CALIDAD EN EL SERVICIO, ATENCIÓN PERSONAL Y ORIENTACIÓN.	OFRECER AL CLIENTE UN AMBIENTE DE CALIDEZ Y CONFIANZA QUE ME DE LA PREFERENCIA.
INSTALACIONES AMPLIAS, CON BUEN ASPECTO Y ACONDICIONADAS.	ME PERMITEN QUE EL CLIENTE SE SIENTA CÓMODO Y SEGURO CON EL SERVICIO. PUEDO OBTENER LA PREFERENCIA DEL CLIENTE.
6 CAJONES DE ESTACIONAMIENTO PARA CLIENTES.	FACILITA QUE EL CLIENTE ACCESE A MIS INSTALACIONES.
YA CUENTO CON CLIENTES FIJOS.	NOTIFICAR A ÉSTOS LOS NUEVOS SERVICIOS Y LA UBICACIÓN DE LA CLÍNICA. LA RECOMENDACIÓN DE ESTOS ES MI MEJOR PROMOCIÓN.
CAPACIDAD Y CONOCIMIENTOS SUFICIENTES.	ME PERMITE DESARROLLAR LA CLÍNICA ADECUADAMENTE EVITANDO LA FUGA DE CLIENTES Y LA ADQUISICIÓN DE NUEVOS.
ASISTENTE QUE COMPARTE LA MISIÓN.	ME PERMITE CONFIAR EN SU CRITERIO SI TENGO QUE AUSENTARME, PUEDO DELEGAR AUTORIDAD.
POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS.	SEGURIDAD SI TENGO QUE AUSENTARME, EVITANDO FUGAS DE CAPITAL.
BAJO GASTO DE LUZ POR ILUMINACIÓN NATURAL ABUNDANTE.	DISMINUYE MIS GASTOS Y AUMENTA MI UTILIDAD.

DEBILIDAD	QUE ME LO IMPIDE	CORRECCIÓN
EL FINANCIAMIENTO DEL TIEMPO EN EL QUE SE ACREDITA EL NEGOCIO.	FALTA DE CAPITAL.	BAJAR MI COSTO DE INVERSIÓN PARA SUBSIDAR MIS GASTOS, O BIEN, AUMENTAR MI CAPITAL DE INVERSIÓN.
FALTA DE SERVICIO TELEFÓNICO.	NO HAY LÍNEAS TELMEX Y NO SE PUEDE UTILIZAR TELEFONÍA CELULAR.	CONTRATAR SERVICIO BIPER O CONSEGUIR EL TRASPASO DE LÍNEA TELMEX DE OTRO MUNICIPIO.
DESECHO DE CADÁVERES.	FALTA DE ESPACIO Y CAPACIDAD DE INVERSIÓN.	CONTACTAR CON LA SECCIÓN DE PATOLOGÍA DE LA FES-CUAUTILÁN EL SERVICIO O DELEGARLO A LOS CLIENTES.
NO CUENTO CON SERVICIO DE LABORATORIO CLÍNICO.	FALTA DE ESPACIO Y CAPACIDAD DE INVERSIÓN.	CONTRATAR CON EL LABORATORIO UN SERVICIO RÁPIDO.
NO CUENTO CON SERVICIO DE RX.	FALTA DE CAPITAL DE INVERSIÓN.	CONTRATAR UN SERVICIO PROVISIONAL Y CONSIDERAR LA INVERSIÓN.
PAGO DEL SERVICIO DE CONTABILIDAD Y ADMON.	POCO CONOCIMIENTO EN EL RAMO.	ADQUIRIR EL CONOCIMIENTO SOBRE LA MARCHA DEL NEGOCIO.
POCO CONOCIMIENTO DE CIRUGÍA MAYOR Y ORTOPEDIA.	FALTA DE TIEMPO Y RECURSO ECONÓMICO.	ESTUDIAR EL RAMO EN CURSOS O DIPLOMADOS.
POCO CONOCIMIENTO DE PELUQUERÍA.	FALTA DE TIEMPO Y RECURSO ECONÓMICO.	ESTUDIAR EL DIPLOMADO EN ESTÉTICA CANINA.
TENGO SÓLO UN ASISTENTE.	FALTA DE CAPITAL PARA PAGAR OTRO SUELDO.	CONTAR CON UN MÉDICO QUE PUEDA SUPLIRLO EN CASO DE AUSENCIA.

4. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO.

OBJETIVO 1 ESTABLECER UN PLAN PROMOCIONAL CON UN GASTO DE \$5000.00 EN EL PRIMER AÑO.

ESTRATEGIAS.

- 1.1 Colocar lonas, anunciando los servicios y la ubicación de la clínica, con un costo de \$660.00.
- 1.2 Colocar anuncios con los datos de la clínica y promociones en el momento, con un costo de \$100.00
- 1.3 Anuncio en el radio, con un costo de \$4203.00.
- 1.4 Participar en la Campaña Antirrábica Nacional.

PLANES DE ACCIÓN, CRONOGRAMA.

	PLAN DE ACCIÓN	DESDE	HASTA
1.1.1	MANDAR A HACER 6 LONAS DE 3m X 1m ANUNCIANDO LA CLÍNICA, SUS SERVICIOS Y PROMOCIONES.	1º FEB 1º SEPT	3 FEB 3 SEPT
1.1.2	COLOCAR ESTAS LONAS EN: CRUCERO BOSQUES DE VALLE 1ª Y 2ª SECCIÓN, GASOLINERA, ENTRADA A U.H.C.T.M.	4 FEB 4 SEPT	5 FEB 5 SEPT
1.2.1.	HACER 200 ANUNCIOS TAMAÑO CARTA ANUNCIANDO LA CLINICA, SUS SERVICIOS Y PROMOCIONES.	1º FEB 1º SEPT	7 FEB 7 SEPT
1.2.2	COLOCAR LOS ANUNCIOS EN LUGARES ESTRATÉGICOS DE LA ZONA DE INFLUENCIA.	8 FEB 8 SEPT	9 FEB 9 SEPT
1.3.1	CONTRATAR UN ANUNCIO POR LA RADIODIFUSORA CRISTAL COACALCO, DURANTE LA CAMPAÑA ANTIRRÁBICA NACIONAL, DURANTE 5 DÍAS CON 5 PROMOCIONALES DIARIOS Y SERVICIO DE PERIFONEO Y ENTREVISTA EL DÍA LUNES Y JUEVES DE LA CAMPAÑA.	LUNES DE LA CAMPA- ÑA.	JUEVES DE LA CAMPA- ÑA.
1.4.1	PARTICIPAR CON UN PUESTO DE VACUNACIÓN EN MI CLÍNICA DURANTE LA CAMPAÑA NACIONAL ANTIRRABICA CON EL APOYO DEL BIOLÓGICO Y MATERIAL PAR PARTE DEL ISEM.	SEMANA DE LA CAMPA- ÑA	SEMA- NA DE LA CAM- PAÑA.
1.4.2	MANDAR A HACER UN SELLO CON LOS DATOS DE LA CLÍNICA PARA SELLAR TARJETAS EN BLANCO. (300 TARJETAS).	1º FEB	7 FEB
1.4.3	DAR A TODAS LAS PERSONAS QUE ACUDAN AL PUESTO DE VACUNACIÓN UNA TARJETA CON LOS DATOS DE LA CLÍNICA.	SEMANA DE LA CAMPA- ÑA	SEMA- NA DE LA CAM- PAÑA

**OBJETIVO 2 VENDER SERVICIOS POR UN MONTO TOTAL DE \$130,000.00
EN EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN.**

ESTRATEGIAS.

- 2.1 Formar un directorio de clientes.
- 2.2 Ofrecer promociones a los clientes.
- 2.3 Ofrecer un servicio de calidad.

PLANES DE ACCION, CRONOGRAMA.

	PLAN DE ACCIÓN	DESDE	HASTA
2.1.1	REGISTRAR A CADA CLIENTE QUE INICIE UN ESQUEMA PREVENTIVO DE VACUNACIÓN.	PERMANENTE.	
2.1.2	PROPORCIONAR UN CARNET CON LOS DATOS DE LA CLÍNICA, PROPIETARIO, MASCOTA Y EL DETALLE DE SU ESQUEMA DE VACUNACIÓN DONDE SE ESPECIFIQUE EL DÍA DE SU PRÓXIMA CITA.	PERMANENTE.	
2.1.3	UN DÍA ANTES DE SU CITA, CONTACTAR AL CLIENTE PARA RECORDARLE LA CITA.	PERMANENTE.	
2.2.1	OFRECER UN DESCUENTO DEL 20% SOBRE ESTERILIZACIÓN QUIRÚRGICA DE HEMBRAS POR CADA CLIENTE RECOMENDADO QUE ESTERILICE SU MASCOTA.	1º FEB	31 MAR
2.2.2	OFRECER EL REPUEZO DE LA VACUNA DE RABIA GRATUITO EN CACHORROS QUE HAYAN COMPLETADO SU ESQUEMA PREVENTIVO DE VACUNACIÓN.	1º ABRIL	31 MAY
2.3.1	DAR ATENCIÓN PERSONALIZADA A LOS CLIENTES Y SUS MASCOTAS	PERMANENTE.	
2.3.2	ORIENTAR AL CLIENTE SOBRE LA ELECCIÓN DE SU MASCOTA, EDUCACIÓN Y PROBLEMAS DE SALUD PÚBLICA.	PERMANENTE.	

OBJETIVO 3 REALIZAR UN CONTROL DE GASTOS PARA QUE NO REBASEN EL 50% DE LA VENTA DEL MES ANTERIOR, DURANTE EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN.

ESTRATEGIAS.

3.1 No gastar nada que no esté presupuestado.

3.2 Optimizar los recursos para evitar el desperdicio de materiales y energía.

PLANES DE ACCIÓN, CRONOGRAMA.

PLAN DE ACCIÓN		DESDE	HASTA
3.1.1	REVISAR LOS PRESUPUESTOS DE GASTOS CADA MES.	1º FEB 1999	31 ENE 2000
3.1.2	CONTEMPLAR GASTOS FUERA DEL PRESUPUESTO SÓLO PARA MEJORAS DEL NEGOCIO Y DESPUÉS DE HABER ALCANZADO EL OBJETIVO DEL MES ANTERIOR.	1º MAR 1999	31 ENE 2000
3.2.1	ESTERILIZAR TODO EL MATERIAL NECESARIO PARA EL DÍA EN UNA SOLA OCASIÓN.	PERMA- NENTE.	
3.2.2	NO AUMENTAR LOS SUELDOS.	1º FEB 1999	31 ENE 2000
3.2.3	APROVECHAR LA ILUMINACIÓN NATURAL DEL LOCAL Y EN HORARIO DE VERANO PARA NO UTILIZAR LAS LÁMPARAS.	PERMA- NENTE.	
3.2.4	BUSCAR ENTRE LOS PROVEEDORES EL PRODUCTO QUE ME OFREZCA MEJOR PRECIO Y RENDIMIENTO.	PERMA- NENTE.	

OBJETIVO 4 REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR LOS 20 PRODUCTOS QUE MÁS DEMANDAN LOS CLIENTES.

ESTRATEGIAS.

4.1 Realizar una encuesta de casa en casa.

4.2 Entrevista a los clientes.

4.3 Recabar información de la competencia.

PLANES DE ACCIÓN, CRONOGRAMA.

PLAN DE ACCIÓN		DESDE	HASTA
4.1.1	ELABORAR UNA HOJA DE ENCUESTA CON PREGUNTAS ORIENTADAS AL CONOCIMIENTO DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE.	1º MARZO	3 MARZO
4.1.2	REALIZAR 30 ENCUESTAS CASA POR CASA EN CADA UNA DE LAS COLONIAS DE INFLUENCIA DE MI NEGOCIO. UN TOTAL DE 300 ENCUESTAS.	1º ABRIL	30 ABRIL.
4.1.3	CONTABILIZAR EL TOTAL DE ARTÍCULOS Y SU % DE COOPERACIÓN.	1º MAYO	3 MAYO
4.1.4	ELEGIR LOS 20 PRODUCTOS QUE TENGAN MAYOR COOPERACIÓN.	4 MAYO	4 MAYO
4.2.1	REALIZAR UNA ENCUESTA CON EL FORMULARIO ANTERIOR DENTRO DE LA CLÍNICA, A LOS CLIENTES QUE ACUDAN A ELLA.	1º ABRIL.	30 ABRIL.
4.2.2	CONTABILIZAR EL TOTAL DE ARTÍCULOS Y SU % DE COOPERACIÓN.	1º MAYO	3 MAYO.
4.2.3	ELEGIR LOS 20 PRODUCTOS QUE TENGAN MAYOR COOPERACIÓN.	4 MAYO	4 MAYO.
4.2.4	COTEJAR AMBOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ELEGIR 20 PRODUCTOS	5 MAYO	5 MAYO
4.3.1	HACER UNA LISTA DE LOS LUGARES QUE PERTENECEN A LA ZONA DE INFLUENCIA DEL NEGOCIO QUE EXPENDAN LOS ARTÍCULOS QUE ELEGÍ.	6 MAYO	10 MAYO
4.3.2	VISITAR ESTOS LUGARES Y COTEJAR LOS PRECIOS Y VARIEDAD QUE OFRECEN.	11 MAYO	15 MAYO

5. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS.

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

DESCRIPCION DE LA INVERSIÓN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	TOTAL
1 MESA PARA CONSULTORIO MESA MECANICA DE CIRUGIA, MESA PARA EXPLORACION, MESA PARA ESTÉTICA CANINA, VITRINA, GABINETE, LÁMPARA, PORTASUEROS, BOTE PARA BASURA, CHAROLA	\$6,980.00												\$6,980.00
2 TRANSPORTADORES MEDIANOS	\$1,190.00												\$1,190.00
1 TRANSPORTADOR GRANDE	\$765.00												\$765.00
1 ESTERILIZADOR CON TERMOS- TATO Y RELOJ MARCA FEICO	\$1,997.50												\$1,997.50
10 JAULAS ALAMBRE	\$595.00												\$595.00
1 INSTRUMENTAL QUIRÚRGICO	\$1,708.00												\$1,708.00
1 FRIGOBAR BLUE POINT	\$1,440.00												\$1,440.00
EQUIPO PARA ESTÉTICA SECADORA, MAQUINA OSTER DE 2 VEL , 3 CUCHILLAS, 3 CARDAS, CORTAUÑAS, 2 PEINES						\$3,319.00							\$3,319.00
1 MAQUINA DE ESCRIBIR ELÉCTRICA OLIVETTI			\$1,207.00										\$1,207.00
1 MUEBLE CON TARJA	\$1,195.00												\$1,195.00
1 DEPÓSITO DE RENTA	\$1,700.00												\$1,700.00
3 SILLAS DE PLÁSTICO	\$203.32												\$203.32
1 BIPER MOTOROLA ALP 9000	\$590.00												\$590.00
SUB-TOTAL	\$18,363.82	\$0.00	\$1,207.00	\$0.00	\$0.00	\$3,319.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$22,889.82
IVA 15%	\$3,240.67	\$0.00	\$213.00	\$0.00	\$0.00	\$585.71	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$4,039.38
TOTAL	\$21,604.49	\$0.00	\$1,420.00	\$0.00	\$0.00	\$3,904.71	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$26,929.20

5.2 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
SALDO BANCOS	\$30,000 00	\$2,513 51	\$785 51	\$3,300 51	\$5,862 51	\$9,501 51	\$9,085 80	\$13,077 80	\$14,088 80	\$14,789 80	\$16,785 80	\$20,276 80
INGRESOS												
VENTAS/COBROS	\$8,590 00	\$10,230 00	\$11,925 00	\$11,910 00	\$11,650 00	\$11,710 00	\$12,130 00	\$9,390 00	\$7,600 00	\$9,560 00	\$11,280 00	\$14,130 00
PRESTAMO												
INGRESOS + BANCO	\$8,590 00	\$10,230 00	\$11,925 00	\$11,910 00	\$11,650 00	\$11,710 00	\$12,130 00	\$9,390 00	\$7,600 00	\$9,560 00	\$11,280 00	\$14,130 00
EGRESOS												
INVERSIÓN	\$21,604 49	\$0 00	\$1,420 00	\$0 00	\$0 00	\$3,904 71	\$0 00	\$0 00	\$0 00	\$0 00	\$0 00	\$0 00
COSTO	\$2,294 00	\$2,600 00	\$3,132 00	\$3,243 00	\$3,153 00	\$3,163 00	\$3,233 00	\$2,561 00	\$2,041 00	\$2,459 00	\$2,931 00	\$3,630 00
GASTO	\$12,178 00	\$9,358 00	\$4,858 00	\$6,105 00	\$4,858 00	\$5,058 00	\$4,905 00	\$5,818 00	\$4,858 00	\$5,105 00	\$4,858 00	\$5,105 00
PAGO CREDITO												
SUMA EGRESOS	\$36,076 49	\$11,958 00	\$9,410 00	\$9,348 00	\$8,011 00	\$12,125 71	\$8,138 00	\$8,379 00	\$6,899 00	\$7,564 00	\$7,789 00	\$8,735 00
SALDO	\$2,513 51	\$785 51	\$3,300 51	\$5,862 51	\$9,501 51	\$9,085 80	\$13,077 80	\$14,088 80	\$14,789 80	\$16,785 80	\$20,276 80	\$25,671 80

5.3 PRESUPUESTO DE COSTOS.

SERVICIO	RECIO/UNID	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO	
Descripcion	Pesos	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio
Vacuna Parvovirus	\$28.00	10	\$280.00	12	\$336.00	14	\$392.00	16	\$448.00	15	\$420.00	15	\$420.00
Vacuna Rabia	\$16.00	10	\$160.00	12	\$192.00	5	\$80.00	16	\$256.00	15	\$240.00	15	\$240.00
Vacuna Triple	\$30.00	10	\$300.00	12	\$360.00	14	\$420.00	16	\$480.00	15	\$450.00	15	\$450.00
Desp Ivermectina	\$15.00	5	\$75.00	6	\$90.00	12	\$180.00	7	\$105.00	5	\$75.00	5	\$75.00
Desp. Piperacina	\$12.00	3	\$36.00	4	\$48.00	10	\$120.00	7	\$84.00	7	\$84.00	7	\$84.00
Desp. Praziquantel	\$14.00	2	\$28.00	2	\$28.00	5	\$70.00	2	\$28.00	3	\$42.00	3	\$42.00
Consulta	\$5.00	20	\$100.00	25	\$125.00	25	\$125.00	25	\$125.00	25	\$125.00	25	\$125.00
Ovarohisterectomia	\$40.00	4	\$160.00	5	\$200.00	5	\$200.00	5	\$200.00	5	\$200.00	5	\$200.00
Castración	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00
Corte de pabellón auricular	\$16.00	5	\$80.00	7	\$112.00	10	\$160.00	8	\$128.00	8	\$128.00	8	\$128.00
Caudectomia	\$12.00	10	\$120.00	12	\$144.00	15	\$180.00	12	\$144.00	12	\$144.00	12	\$144.00
Estética Canina	\$50.00	15	\$750.00	15	\$750.00	20	\$1,000.00	20	\$1,000.00	20	\$1,000.00	20	\$1,000.00
Día de pensión	\$10.00	2	\$20.00	3	\$30.00	2	\$20.00	2	\$20.00	2	\$20.00	3	\$30.00
Día de hospitalización	\$40.00	4	\$160.00	4	\$160.00	4	\$160.00	5	\$200.00	5	\$200.00	5	\$200.00
			\$2,294.00		\$2,600.00		\$3,132.00		\$3,243.00		\$3,153.00		\$3,163.00

SERVICIO	RECIO/UNID	AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO		TOTAL	
Descripcion	Pesos	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio
Vacuna Parvovirus	\$28.00	15	\$420.00	10	\$280.00	8	\$224.00	8	\$224.00	12	\$336.00	15	\$420.00	150	\$4,200.00
Vacuna Rabia	\$16.00	15	\$240.00	10	\$160.00	8	\$128.00	8	\$128.00	12	\$192.00	15	\$240.00	141	\$2,256.00
Vacuna Triple	\$30.00	15	\$450.00	10	\$300.00	8	\$240.00	8	\$240.00	12	\$360.00	15	\$450.00	150	\$4,500.00
Desp Ivermectina	\$15.00	5	\$75.00	5	\$75.00	4	\$60.00	4	\$60.00	6	\$90.00	5	\$75.00	69	\$1,035.00
Desp. Piperacina	\$12.00	7	\$84.00	3	\$36.00	3	\$36.00	3	\$36.00	4	\$48.00	7	\$84.00	65	\$780.00
Desp. Praziquantel	\$14.00	3	\$42.00	2	\$28.00	1	\$14.00	1	\$14.00	2	\$28.00	3	\$42.00	29	\$406.00
Consulta	\$5.00	25	\$125.00	25	\$125.00	20	\$100.00	30	\$150.00	30	\$150.00	35	\$175.00	310	\$1,550.00
Ovarohisterectomia	\$40.00	5	\$200.00	3	\$120.00	3	\$120.00	4	\$160.00	5	\$200.00	6	\$240.00	55	\$2,200.00
Castración	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	2	\$50.00	13	\$325.00
Corte de pabellón auricular	\$16.00	8	\$128.00	7	\$112.00	5	\$80.00	7	\$112.00	8	\$128.00	10	\$160.00	91	\$1,456.00
Caudectomia	\$12.00	12	\$144.00	10	\$120.00	7	\$84.00	10	\$120.00	12	\$144.00	12	\$144.00	136	\$1,632.00
Estética Canina	\$50.00	20	\$1,000.00	20	\$1,000.00	15	\$750.00	20	\$1,000.00	20	\$1,000.00	25	\$1,250.00	230	\$11,500.00
Día de pensión	\$10.00	10	\$100.00	2	\$20.00	2	\$20.00	3	\$30.00	3	\$30.00	10	\$100.00	44	\$440.00
Día de hospitalización	\$40.00	5	\$200.00	4	\$160.00	4	\$160.00	4	\$160.00	5	\$200.00	5	\$200.00	54	\$2,160.00
			\$3,233.00		\$2,561.00		\$2,041.00		\$2,459.00		\$2,931.00		\$3,630.00		\$34,440.00

5.4 PRESUPUESTO DE GASTOS

CONCEPTO	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	TOTAL
SUELDOS	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$24,000 00
PRESTACIONES	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$400 00	\$4,800 00
RENTA	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$2,000 00	\$24,000 00
LUZ	\$0 00	\$250 00	\$0 00	\$200 00	\$0 00	\$200 00	\$0 00	\$200 00	\$0 00	\$200 00	\$0 00	\$200 00	\$1,250 00
PAPELERIA	\$500 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$50 00	\$1,050 00
LIMPIEZA	\$500 00	\$70 00	\$70 00	\$70 00	\$70 00	\$70 00	\$70 00	\$500 00	\$70 00	\$70 00	\$70 00	\$70 00	\$1,700 00
CONTADOR	\$250 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$150 00	\$1,900 00
ACON LOCAL	\$3,500 00												\$3,500 00
INST AGUA	\$700 00												\$700 00
TINA ESTETICA	\$1,000 00			\$1,000 00									\$2,000 00
LICENCIAS	\$150 00												\$150 00
EXTINGUIDOR	\$450 00												\$450 00
TARJETAS	\$210 00												\$210 00
COMERCIAL DE RADIO	\$0 00	\$4,203 00											\$4,203 00
6 LONAS DE 3mx1m	\$330 00							\$330 00					\$660 00
RENTA BIPER	\$188 00	\$235 00	\$188 00	\$235 00	\$188 00	\$188 00	\$235 00	\$188 00	\$188 00	\$235 00	\$188 00	\$235 00	\$2,491 00
TOTAL	\$12,178 00	\$9,358 00	\$4,858 00	\$6,105 00	\$4,858 00	\$5,058 00	\$4,905 00	\$5,818 00	\$4,858 00	\$5,105 00	\$4,858 00	\$5,105 00	\$73,064 00

5.5 PRESUPUESTO DE VENTAS.

SERVICIO	\$UNIDAD	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO	
Descripción	Pesos	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio
Vacuna Parvovirus	\$70.00	10	\$700.00	12	\$840.00	14	\$980.00	16	\$1,120.00	15	\$1,050.00	15	\$1,050.00
Vacuna Rabia	\$55.00	10	\$550.00	12	\$660.00	5	\$275.00	16	\$880.00	15	\$825.00	15	\$825.00
Vacuna Triple	\$75.00	10	\$750.00	12	\$900.00	14	\$1,050.00	16	\$1,200.00	15	\$1,125.00	15	\$1,125.00
Desp. Ivermectina	\$50.00	5	\$250.00	6	\$300.00	12	\$600.00	7	\$350.00	5	\$250.00	5	\$250.00
Desp. Piperacina	\$30.00	3	\$90.00	4	\$120.00	10	\$300.00	7	\$210.00	7	\$210.00	7	\$210.00
Desp. Praziquantel	\$40.00	2	\$80.00	2	\$80.00	5	\$200.00	2	\$80.00	3	\$120.00	3	\$120.00
Consulta	\$50.00	20	\$1,000.00	25	\$1,250.00	25	\$1,250.00	25	\$1,250.00	25	\$1,250.00	25	\$1,250.00
Ovanohisterectomía	\$350.00	4	\$1,400.00	5	\$1,750.00	5	\$1,750.00	5	\$1,750.00	5	\$1,750.00	5	\$1,750.00
Castración	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00
Corte de pabellón auricular	\$200.00	5	\$1,000.00	7	\$1,400.00	10	\$2,000.00	8	\$1,600.00	8	\$1,600.00	8	\$1,600.00
Caudectomía	\$50.00	10	\$500.00	12	\$600.00	15	\$750.00	12	\$600.00	12	\$600.00	12	\$600.00
Estética Canina	\$100.00	15	\$1,500.00	15	\$1,500.00	20	\$2,000.00	20	\$2,000.00	20	\$2,000.00	20	\$2,000.00
Día de pensión	\$60.00	2	\$120.00	3	\$180.00	2	\$120.00	2	\$120.00	2	\$120.00	3	\$180.00
Día de hospitalización	\$100.00	4	\$400.00	4	\$400.00	4	\$400.00	5	\$500.00	5	\$500.00	5	\$500.00
			\$8,590.00		\$10,230.00		\$11,925.00		\$11,910.00		\$11,650.00		\$11,710.00

SERVICIO	\$UNIDAD	AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		ENERO		TOTAL	
Descripción	Pesos	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio	Unidad	Precio
Vacuna Parvovirus	\$70.00	15	\$1,050.00	10	\$700.00	8	\$560.00	8	\$560.00	12	\$840.00	15	\$1,050.00	150	\$10,500.00
Vacuna Rabia	\$55.00	15	\$825.00	10	\$550.00	8	\$440.00	8	\$440.00	12	\$660.00	15	\$825.00	141	\$7,755.00
Vacuna Triple	\$75.00	15	\$1,125.00	10	\$750.00	8	\$600.00	8	\$600.00	12	\$900.00	15	\$1,125.00	150	\$11,250.00
Desp. Ivermectina	\$50.00	5	\$250.00	5	\$250.00	4	\$200.00	4	\$200.00	6	\$300.00	5	\$250.00	69	\$3,450.00
Desp. Piperacina	\$30.00	7	\$210.00	3	\$90.00	3	\$90.00	3	\$90.00	4	\$120.00	7	\$210.00	65	\$1,950.00
Desp. Praziquantel	\$40.00	3	\$120.00	2	\$80.00	1	\$40.00	1	\$40.00	2	\$80.00	3	\$120.00	29	\$1,160.00
Consulta	\$50.00	25	\$1,250.00	25	\$1,250.00	20	\$1,000.00	30	\$1,500.00	30	\$1,500.00	35	\$1,750.00	310	\$15,500.00
Ovanohisterectomía	\$350.00	5	\$1,750.00	3	\$1,050.00	3	\$1,050.00	4	\$1,400.00	5	\$1,750.00	6	\$2,100.00	55	\$19,250.00
Castración	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	1	\$250.00	2	\$500.00	13	\$3,250.00
Corte de pabellón auricular	\$200.00	8	\$1,600.00	7	\$1,400.00	5	\$1,000.00	7	\$1,400.00	8	\$1,600.00	10	\$2,000.00	91	\$18,200.00
Caudectomía	\$50.00	12	\$600.00	10	\$500.00	7	\$350.00	10	\$500.00	12	\$600.00	12	\$600.00	136	\$6,800.00
Estética Canina	\$100.00	20	\$2,000.00	20	\$2,000.00	15	\$1,500.00	20	\$2,000.00	20	\$2,000.00	25	\$2,500.00	230	\$23,000.00
Día de pensión	\$60.00	10	\$600.00	2	\$120.00	2	\$120.00	3	\$180.00	3	\$180.00	10	\$600.00	44	\$2,640.00
Día de hospitalización	\$100.00	5	\$500.00	4	\$400.00	4	\$400.00	4	\$400.00	5	\$500.00	5	\$500.00	54	\$5,400.00
			\$12,130.00		\$9,390.00		\$7,600.00		\$9,560.00		\$11,280.00		\$14,130.00		\$130,105.00

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTO	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	TOTAL
VENTA DE SERVICIOS	\$8,590.00	\$10,230.00	\$11,925.00	\$11,910.00	\$11,650.00	\$11,710.00	\$12,130.00	\$9,390.00	\$7,600.00	\$9,560.00	\$11,280.00	\$14,130.00	\$130,105.00
MENOS COSTO SERVICIOS	\$2,294.00	\$2,600.00	\$3,132.00	\$3,243.00	\$3,153.00	\$3,163.00	\$3,233.00	\$2,561.00	\$2,041.00	\$2,459.00	\$2,931.00	\$3,630.00	\$34,440.00
IGUAL													
MARG BRUTO	\$6,296.00	\$7,630.00	\$8,793.00	\$8,667.00	\$8,497.00	\$8,547.00	\$8,897.00	\$6,829.00	\$5,559.00	\$7,101.00	\$8,349.00	\$10,500.00	\$95,665.00
% / VENTA	4.8%	5.9%	6.8%	6.7%	6.5%	6.6%	6.8%	5.2%	4.3%	5.5%	6.4%	8.1%	73.53%
MENOS GASTOS													
ADMON	\$12,178.00	\$9,358.00	\$4,858.00	\$6,105.00	\$4,858.00	\$5,058.00	\$4,905.00	\$5,818.00	\$4,858.00	\$5,105.00	\$4,858.00	\$5,105.00	\$73,064.00
IGUAL													
UTILIDAD NETA	-\$5,882.00	-\$1,728.00	\$3,935.00	\$2,562.00	\$3,639.00	\$3,489.00	\$3,992.00	\$1,011.00	\$701.00	\$1,996.00	\$3,491.00	\$5,395.00	\$22,601.00
ACUMULADO	-\$5,882.00	-\$7,610.00	-\$3,675.00	-\$1,113.00	\$2,526.00	\$6,015.00	\$10,007.00	\$11,018.00	\$11,719.00	\$13,715.00	\$17,206.00	\$22,601.00	
% / VENTA	-4.52%	-1.33%	3.02%	1.97%	2.80%	2.68%	3.07%	0.78%	0.54%	1.53%	2.68%	4.15%	17.37%

CONCLUSIONES

El presente proyecto sienta las bases para el establecimiento de una Clínica Veterinaria que maneja un costo de inversión inicial de \$21,604.49, capital propio, sin subsidio crediticio. En el Estado de Resultados Proyectado maneja una venta total en el 1er año de operación de \$130,105.00, con un costo de \$34,440.00 (26.47%), que arroja un margen bruto de \$95,665.00, o bien, un 73.5%. El total de gastos proyectados es de \$73,064.00 (56.15%). La **utilidad neta** en el primer año de operación es de **\$22,601.00 (17.37%)**.

El porcentaje de gastos (56.15%) es muy alto, por lo que el objetivo No. 3, *estará encaminado a bajar éste valor hasta un 50% mínimo. En la manera que la venta aumente, el % de gasto disminuirá.*

El margen de utilidad nos dice que el capital de inversión necesario se recuperará en el *primer año de operación.*

En los meses de febrero y marzo, la utilidad neta se expresa en números negativos. Esto es sólo el reflejo del monto inicial dedicado a la adecuación del local en arrendamiento, que pese a que se utiliza al iniciar el negocio son modificaciones no permanentes o propias, por lo que se desglozan en presupuesto de gastos y no en presupuesto de inversiones. Pese a esto se obtiene ganancia en los diez meses restantes de proyección, lo que manifiesta que el negocio es rentable.

El flujo de efectivo proyectado nos aclara lo anterior al notarse que el capital para comenzar el negocio redondea en \$30,000.00 de saldo en bancos al mes de febrero y que el flujo de efectivo aumenta considerablemente en los doce meses de operación hasta alcanzar un movimiento total a **\$25,671.80**, lo que además nos dice *que el negocio es viable.*

A N E X O S

POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS.

NO DESPERDICIAMATERIAL.

Programar antes de cada cirugía las dosis de anestésico, preanestésico, antibiótico y analgésico necesario para lograr el efecto óptimo según el estado de cada paciente.

Programar el material de sutura necesario para cada paciente.

Todos los medicamentos deberán estar colocados dentro de la vitrina. Cuando uno de ellos sea requerido, se tomará la dosis necesaria y se regresará a su sitio.

El material y sustancias de curación serán tomadas en la mínima cantidad suficiente. Revisar todas las tardes (14:00 hrs.) la existencia del botiquín básico para requerir los faltantes al proveedor.

BUEN ASPECTO DE LA CLÍNICA.

Todas las noches, después de cerrar, todas las zonas de la clínica deberán ser limpiadas.

Después de realizar un cirugía, todo el material deberá quedar limpio y sometido a esterilización.

Después de cada consulta, el área de consultorio deberá ser limpiada completamente.

Diariamente la clínica se limpiará con un desinfectante común (pino, cloro, etc.), así como en el quirófano, consultorio y peluquería se hará constantemente.

HIGIENE EN LA CLÍNICA.

Los animales enfermos en hospitalización deberán separarse de aquellos en pensión, preoperatorio y postoperatorio, animales en venta y para servicio de estética.

Los animales que se encuentren en pensión o en hospitalización saldrán de la clínica dos veces al día para excretar. El excremento será recolectado y depositado en un cesto de basura especial para ello.

Durante el servicio a un cliente y la limpieza de la clínica, se separarán los desechos sólidos de los líquidos. Los desechos sólidos se depositan en un cesto y los líquidos se van al drenaje.

Los desechos sólidos serán separados en dos diferentes depósitos: biológicos y no biológicos; a su vez existirá otro depósito para material punzo cortante.

Siempre que sea posible, los desechos líquidos orgánicos (orina, sangre, etc.) serán inactivados con un germicida antes de llegar al drenaje.

El personal que labore en la clínica deberá hacer uso de un uniforme (ropa y bata blancas) y equipo (guantes, cubreboca, gorro, mandil, etc.) que lo proteja del contacto con los animales.

Se deberá advertir a los clientes las áreas restringidas para su protección y evitar la propagación de enfermedades.

PAGO DE CONTADO.

Un miembro del personal (asistente o encargado) recibirá al cliente y advertirá el costo de cada servicio. Asimismo, cobrará el monto de éste por adelantado.

En el caso de que el servicio requerido sea una cirugía, el cliente, mayor de edad, identificado como propietario del animal, firmará una responsiva donde acepta el riesgo a la cirugía.

En el caso de que el servicio requerido sea una peluquería, el cliente deberá recibir del peluquero un recibo que especifique el servicio, monto y datos del animal para posteriormente pasar a recepción a pagar antes de iniciar el servicio.

En el caso de que al momento de la consulta se deslinden otros gastos adicionales (tratamiento, cirugía, desparasitación, vacunación, etc.), el cliente deberá regresar a recepción a liquidar la cantidad especificada por el médico tratante.

Se establecerán costos standard para las dosis de medicamentos y curaciones.

Para el servicio de pensión y hospitalización se especificará al cliente el costo por día o por fracción de éste.

Se notificará cuando algún servicio corra como cortesía o seguimiento.

JAMÁS DISCUTIR CON UN CLIENTE.

Con el uso correcto del procedimiento se especificará a cada cliente el costo del servicio requerido y las condiciones de éste.

Se le explicará a cada cliente todos los pormenores del trato a su mascota antes, durante y después de aplicar algún servicio. La explicación deberá ser clara y comprendida por el cliente.

Si existiera alguna diferencia con el cliente se tratará de llegar a una situación conciliadora, siempre orientado al bienestar de su mascota.

DAR UN TRATO HUMANITARIO A LOS ANIMALES.

Aplicar las medidas de manejo de los animales de manera adecuada estando frente o no al cliente.

Evitar el sufrimiento y dolor a los pacientes.

En el caso de que la medida recomendable sea la eutanasia, ésta deberá ser sugerida por el propietario y se llevará a cabo por sobredosis de anestesia, cualquiera que fuera el caso. Sólo podrá sugerirse la eutanasia por parte del Médico cuando el cliente denote el interés de que así sea.

En caso de animales en hospitalización y pensión los Médicos deberán tratar a los animales con paciencia y atención para procurar el bienestar de éstos durante su estancia en la clínica.

CUBRIR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE HASTA DONDE SEA POSIBLE.

Ofrecer al cliente la orientación para la solución de su problema, procurándole las menores molestias posibles. En caso de no contar con un servicio requerido por el cliente, ofrecerle alternativas y orientarlo acerca de donde se lo proporcionan.

CONVIVIR CON LOS LOCATARIOS ADYACENTES DE LA MEJOR FORMA POSIBLE ADAPTÁNDOSE A LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN LA ZONA COMERCIAL.

Conocer y acatar las políticas y procedimientos ya establecidos en la zona comercial.

Participar activamente en las decisiones que se tomen entre locatarios procurando el bienestar de la clínica.

Colaborar en el buen ambiente y cooperación entre locatarios y arrendador.

PUNTUALIDAD Y TRATO ENTRE EMPLEADOS.

Los empleados deberán estar enterados de la misión, visión, políticas y procedimientos del negocio.

Deberá respetarse el horario contratado. En caso de faltas, retardo y horario extra, éstos deberán ser del conocimiento del encargado.

Durante el horario de trabajo, dentro de la clínica y en presencia de un cliente, se deberá evitar el uso de palabras altisonantes y toda actitud que determine una diferencia.

Si existen diferencias entre los que componemos la empresa, éstas deberán ser manifestadas en el momento indicado y en presencia del encargado, buscando la mejor solución al problema.

Todos los empleados debemos de conocer y acatar las obligaciones contratadas.

Para el Médico encargado y asistente (s), se deberá llevar filipina, ropa y zapatos blancos y limpios, considerando siempre un juego de reposición en caso de accidente.

Para el encargado de la estética, deberá llevar siempre ropa discreta y usar un mandil blanco.

Todos los empleados deberán presentarse a trabajar en buen estado de sobriedad y con buen aspecto.

RECEPCIÓN DE UN PACIENTE.

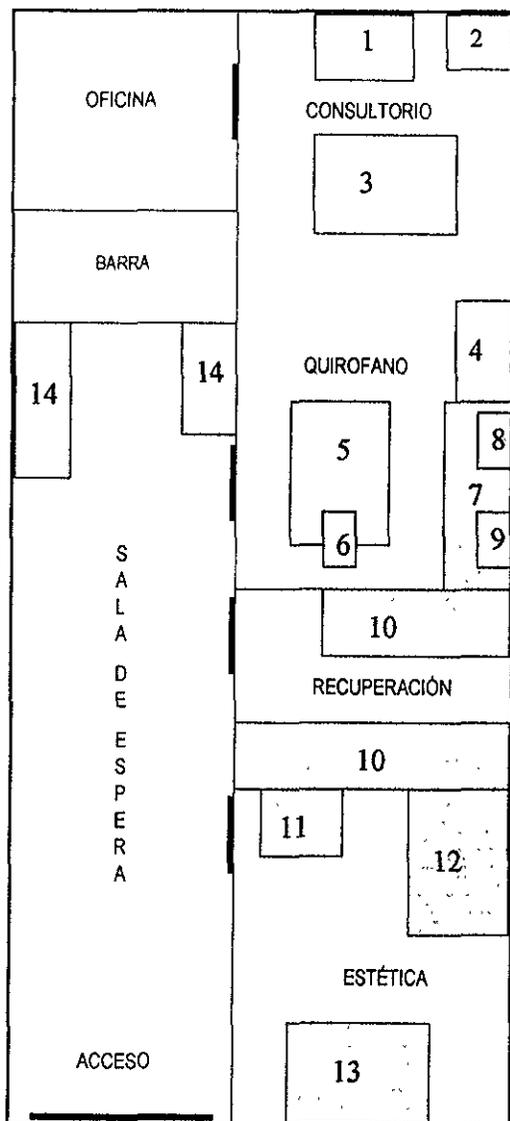
Se inicia desde el umbral de la puerta exterior donde se le pregunta sobre el servicio requerido.

Si el cliente pasa a peluquería se le extiende un recibo con el monto a pagar en recepción. En el caso de que el animal muestre signos de enfermedad, el peluquero deberá llamar al Médico para que éste autorice el servicio.

Si el cliente pasa a consulta se le especifica el costo de ésta, liquida la cantidad especificada, se le toman sus datos o se recibe carnet. En caso de ser primera visita se hace una historia clínica con anamnesis que se entrega al Médico. Posteriormente pasa a consulta.

Si el cliente pasa a pensión, se revisa su expediente o su carnet. Estos deberán especificar que el animal cuenta con su esquema preventivo de vacunación vigente. Pasa con el Médico para un examen general. Si el animal está en buenas condiciones de salud se contrata la pensión. Nunca se recibirán perros sin esquema preventivo vigente o en mal estado de salud.

PLANO DE LA CLÍNICA



- 1 TARJA CON MUEBLE
- 2 FRIGOBAR
- 3 MESA DE EXPLORACIÓN
- 4 VITRINA
- 5 MESA PARA CIRUGÍA
- 6 MESA MAYO
- 7 MESA CON ENTREPAÑOS
- 8 ESTERILIZADOR
- 9 GABINETE
- 10 JAULAS RECUPERACIÓN
- 11 JAULAS ESTÉTICA
- 12 TINA ESTÉTICA
- 13 MESA ESTÉTICA
- 14 SILLAS

M.V.Z. LITZIA MORENO RAMÓN

GASOLINERÍA "EL TRIÁNGULO", REAL DE TULTEPEC
 TULTEPEC, ESTADO DE MÉXICO.
 CED. PROF. 2288483

CARNET

DATOS DE MI MASCOTA	DATOS DEL PROPIETARIO
NOMBRE: _____	NOMBRE: _____
PECIE: _____ RAZA: _____	DIRECCION: _____
FECHA DE NACIMIENTO: _____	
SEXO: _____ COLOR: _____	TELÉFONO: _____

HOJA CLÍNICA

APELLIDO DEL PROPIETARIO
NOMBRE DEL ANIMAL

DATOS DEL PROPIETARIO		DATOS DE LA MASCOTA	
NOMBRE:		NOMBRE:	ESPECIE:
		RAZA:	
DIRECCIÓN:		SEXO:	COLOR:
		FECHA DE NACIMIENTO:	
TELÉFONO:			

ALIMENTACIÓN	HABITAT	COMPORTAMIENTO

ALERGIAS:	
RESISTENCIA A MEDICAMENTOS:	
ENFERMEDADES CRÓNICAS:	

HOJA DE COSTO STANDARD OVARIOHISTERECTOMIA EN PERRA

CONCEPTO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO DEL PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
PREANESTÉSICO	1 ml	\$144.00	50 ml	\$2.88	\$2.88
ANESTÉSICO	7 ml	\$77.00	100 ml	\$0.77	\$5.39
SUTURA CATGUT	1 pza	\$18.75	1 pza	\$18.75	\$18.75
SUTURA NYLON	0.3 m	\$37.50	100 m	\$0.38	\$0.11
ANTIBIÓTICO	0.5 ml	\$230.00	500 ml	\$0.46	\$0.23
JERINGA 5ml	1 pza	\$2.30	1 pza	\$2.30	\$2.30
JERINGA 3ml	1 pza	\$1.62	1 pza	\$1.62	\$1.62
					\$28.40

HOJA DE COSTO STANDARD OVARIOHISTERECTOMIA EN GATA

CONCEPTO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO DEL PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
PREANESTÉSICO	1 ml	\$144.00	50 ml	\$2.88	\$2.88
ANESTÉSICO	1 ml	\$141.60	10 ml	\$14.16	\$14.16
SUTURA CATGUT	1 pza	\$18.75	1 pza	\$18.75	\$18.75
SUTURA NYLON	0.3 m	\$37.50	100 m	\$0.38	\$0.11
ANTIBIÓTICO	0.3 ml	\$230.00	500 ml	\$0.46	\$0.14
JERINGA 1ml	2 pza	\$2.30	1 pza	\$2.30	\$4.60
					\$37.76

HOJA DE COSTO STANDARD ORQUIECTOMIA EN PERRO

CONCEPTO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO DEL PRODUCTO	PRESENTACION	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
PREANESTÉSICO	1 ml	\$144.00	50 ml	\$2.88	\$2.88
ANESTÉSICO	7 ml	\$77.00	100 ml	\$0.77	\$5.39
SUTURA NYLON	0.3 m	\$37.50	100 m	\$0.38	\$0.11
ANTIBIÓTICO	0.5 ml	\$230.00	500 ml	\$0.46	\$0.23
JERINGA 3ml	1 pza	\$1.62	1 pza	\$1.62	\$1.62
JERINGA 1ml	1 pza	\$2.30	1 pza	\$2.30	\$2.30
					\$9.65

HOJA DE COSTO STANDARD ORQUIECTOMÍA EN GATO

CONCEPTO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO DEL PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
PREANESTÉSICO	1 ml	\$144.00	50 ml	\$2.88	\$2.88
ANESTÉSICO	1 ml	\$141.60	10 ml	\$14.16	\$14.16
SUTURA NYLON	0.1 m	\$37.50	100 m	\$0.38	\$0.04
ANTIBIÓTICO	0.3 ml	\$230.00	500 ml	\$0.46	\$0.14
JERINGA 1ml	2 pza	\$2.30	1 pza	\$2.30	\$4.60
					\$18.94

HOJA DE COSTO STANDARD

RESECCIÓN DE PABELLÓN AURICULAR

CONCEPTO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO DEL PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
PREANESTÉSICO	0.5 ml	\$144.00	50 ml	\$2.88	\$1.44
ANESTÉSICO	3 ml	\$77.00	100 ml	\$0.77	\$2.31
SUTURA NYLON	0.6 m	\$37.50	100 m	\$0.38	\$0.23
ANTIBIÓTICO	0.3 ml	\$230.00	500 ml	\$0.46	\$0.14
JERINGA 1ml	2 pza	\$2.30	1 pza	\$2.30	\$4.60
JERINGA 3ml	1 pza	\$1.62	1 pza	\$1.62	\$1.62
					\$8.89

HOJA DE COSTO STANDARD CAUDECTOMÍA

CONCEPTO	CANTIDAD NECESARIA	COSTO DEL PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COSTO POR UNIDAD	TOTAL
PREANESTÉSICO	1 ml	\$144.00	50 ml	\$2.88	\$2.88
ANESTÉSICO	1 ml	\$56.00	25 ml	\$2.24	\$2.24
SUTURA NYLON	0 1 m	\$37.50	100 m	\$0.38	\$0.04
ANTIBIÓTICO	0 3 ml	\$230.00	500 ml	\$0.46	\$0.14
JERINGA 1ml	2 pza	\$2.30	1 pza	\$2.30	\$4.60
					\$7.02

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

INFORMACIÓN DE SOPORTE

- (1) CENTRO DE SALUD DEL BARRIO LA GUADALUPE, TULTEPEC, ESTADO DE MEXICO. ISEM.
- (2) CENTRO DE SALUD DE SAN RAFAEL, COACALCO, ESTADO DE MEXICO. ISEM.
- (3) PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE COACALCO 1997-2000. DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN Y DESARROLLO URBANO DEL H. AYUNTAMIENTO DE COACALCO, ESTADO DE MEXICO.
- (4) PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL DE TULTEPEC 1997-2000. DIRECCION DE PLANEACIÓN Y DESARROLLO URBANO DE H. AYUNTAMIENTO DE TULTEPEC, ESTADO DE MÉXICO.