

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA

Y ZOOTECNIA

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA CLÍNICA
VETERINARIA EN EL MUNICIPIO DE COACALCO,
ESTADO DE MÉXICO

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
MÉDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA

PRESENTA

CHAPA CASTILLEJO ELVECIA

Asesores:

MPA. JUAN RAFAEL MELENDEZ GUZMAN
MANI. CHANTAL G. RUIZ GUERRERO

México, D. F.

2010



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.

DEDICATORIA

“A mi familia, sobretodo a mis padres por inculcarme el respeto y amor por los animales .

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme llegar hasta aquí.

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mi hermano que me ha dado ejemplo de responsabilidad, tenacidad y con eso motivarme para seguir.

A mis amigas Yessica, Alejandra, Alma, Lizbeth, Abigail porque con ustedes puedo ser yo y creyeron en mi cuando ni yo lo hacía.

A mi novio que con sus métodos poco ortodoxos siempre estuvo alentándome y nunca dejo que me estancará.

A mis animales de compañía Chata, Chiquita, Chispa, Magic y principalmente a Laika.

A mis asesores Juan Rafael Meléndez y Chantal Ruiz Guerrero por su paciencia.

A PAPIME 303709 “Creación de un centro empresarial agropecuario”.

CONTENIDO

	Página
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
REVISIÓN SISTEMÁTICA.....	7
ÁNÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	11
REFERENCIAS.....	63
ANEXOS.....	66

(1)

RESUMEN

CHAPA CASTILLEJO ELVECIA. Plan de Negocios para una Clínica Veterinaria en el municipio de Coacalco, Estado de México (bajo la dirección de: MPA. Juan Rafael Meléndez Guzmán y MANI. Chantal G. Ruiz Guerrero).

El presente trabajo se realizó con la finalidad de conocer y evaluar un Plan de negocios para facilitar la toma de decisiones, minimizar el riesgo y la probabilidad de errores que conlleva abrir una clínica veterinaria en el área metropolitana de la Ciudad de México.

El presente Plan de Negocios se realizó con base a la metodología propuesta por la Secretaría de Economía en el área de apoyo a PYMES con los siguientes temas: Descripción del negocio, organización, personal, mercadotecnia, servicio, finanzas y marco legal. Se recurrió a fuentes de información externa como el censo poblacional en el Municipio de Coacalco, Estado de México, se elaboró y aplicó un cuestionario no probabilístico, en un radio de 1.5 Km. alrededor de la Clínica y Estética Veterinaria. Se realizó una proyección a un año de el estado financiero de la Clínica y estética Veterinaria, con un escenario optimista y otro escenario en que se presentan pérdidas mínimas al final del primer año.

INTRODUCCIÓN

Diversos criterios indican que el mercado de servicios veterinarios se encuentra subaprovechado, a pesar del crecimiento enérgico y sostenido que ha reportado en los últimos años. Su verdadero potencial brinda excelentes oportunidades de desarrollo si se utilizan las herramientas adecuadas.¹

Desde cualquier punto de vista, casi todas las actividades de la profesión veterinaria, - entre las cuales destaca la Práctica Clínica- encajan perfectamente dentro de los conceptos de “empresa”. No obstante, el desarrollo y la aplicación de habilidades empresariales no constituyen normalmente un asunto al que se preste suficiente atención, ni en las agendas de trabajo del Médico Veterinario, ni en los programas académicos y cursos de actualización habituales.²

Se estima que en la Clínica de Perros y Gatos labora cerca del 11 % de la población de Médicos Veterinarios titulados en México.³

Las siguientes estadísticas demuestran que el campo laboral para las Clínicas veterinarias puede ser muy amplio porque:⁴

- En México 2 de cada 3 viviendas poseen algún animal de compañía.
- El promedio es de 2.6 animales de compañía por vivienda.
- Incluyendo las viviendas que no tienen animales de compañía, la media es de 1.7 animales de compañía sobre el total general de viviendas
- Hasta un 8% de la población tiene 5 o más animales de compañía.
- Los perros son los animales de compañía preferidos con un 54%, en segundo lugar aparecen las aves con 14.5% y los gatos el tercero con 12.7%.

Una empresa es el ejercicio profesional de una actividad económica planificada, con la finalidad de obtener beneficios, intermediando en el mercado de bienes o servicios mediante la utilización de factores productivos (trabajo, tierra y capital) y con una unidad económica organizada en la cual ejerce su actividad profesional el empresario por sí mismo o por medio de sus representantes.⁵

La clínica veterinaria es "un negocio o empresa que comprende además de una sala de cirugía y locales destinados a la hospitalización, donde es asegurada la vigilancia de los animales hospitalizados por un personal calificado y donde los animales reciben los cuidados necesarios por su estado. Debe contar con material que permita los exámenes pre-operatorios biológicos y radiológicos; medios de esterilización para los instrumentos y ropa para intervenciones; aparatos de anestesia y reanimación; material adaptado para las intervenciones reivindicadas por el establecimiento; en la hospitalización el confort de los animales debe ser asegurado: calefacción, ventilación, luminosidad, posibilidades de desinfección, de limpieza y de evacuación de las aguas utilizadas, sin perjuicio del respeto de la legislación vigente en lo que concierne a establecimientos clasificados".¹

No hay que olvidar que también hay pequeñas clínicas que tal vez no estén tan bien equipadas pero si son funcionales para atender pacientes.¹

La clínica veterinaria ha ampliado su campo de acción en servicios como el de estética canina, venta de accesorios (ropa, cepillo de dientes, collares), pensiones, etc.¹

Durante las últimas décadas, la administración y la mercadotecnia han evolucionado a pasos agigantados y han sido la clave del impresionante desarrollo para todo tipo de negocios. Esta ciencia posee técnicas empresariales importantes, pero muchos suponen que los principios de esta tecnología se aplican solamente en las grandes empresas, no es

frecuente que formen parte de nuestra labor y atención cotidianas. Por otra parte, es natural que los intereses del veterinario clínico se concentren sobre todo en los aspectos médicos. Reconocer estos hechos, abre una ventana de oportunidades con enorme potencial para la Clínica Veterinaria. ¹

Cuando un Médico empieza a complementar sus habilidades clínicas con principios empresariales modernos, está en vía de constituir un servicio integral en beneficio de sus usuarios y de su práctica profesional. Inicia así un círculo virtuoso orientado al alto desempeño y a la calidad en sus servicios, que impulsará también, como consecuencia lógica, su propia economía y su nivel profesional, Y satisfacción tanto del cliente como del usuario. Es necesario aclarar que de ninguna manera el enfoque empresarial puede sustituir a la capacidad clínica. Simplemente la enriquece y permite ofrecer un servicio superior a los usuarios, lo cual a su vez nos hace más competitivos dentro de nuestro mercado. ¹

Una de estas técnicas empresariales es el Plan de Negocio.

El plan de negocios es un documento que ayuda al empresario a analizar el mercado y planificar la estrategia de un negocio. ⁶

El plan de negocios posibilita a través de un documento reunir toda la información necesaria para valorar un negocio y establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha". ⁶

En el documento se establece la naturaleza del negocio, los objetivos del empresario y las acciones que se requieren para alcanzar dichos objetivos. Debe ser capaz de guiar al empresario a través de un laberinto de decisiones de negocios y alternativas para evitar "caminos equivocados" y "callejones sin salida". ⁶

La implementación de un proyecto no depende sólo de una "buena idea", también es necesario demostrar que es viable desde el punto de vista económico y financiero.⁶

En el plan de negocios predominan los aspectos económicos y financieros, pero también es fundamental la información que está relacionada con los recursos humanos, las propuestas estratégicas, comerciales y operativas.⁶

La ventaja de un plan de negocios es que facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades de la empresa. Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo. La planificación contribuye a resolver un número importante de problemas que tienen las pequeñas y medianas empresas, como por ejemplo:⁶

- Falta de capital de inversión y acceso a las fuentes de financiamiento.
- Prever situaciones que afectan la rentabilidad.
- Introducir en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado.
- Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad.
- Falta de estrategias de marketing.

Las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:⁶

- Verificar que un negocio sea viable desde el punto de vista económico y financiero antes de su realización.
- Detectar y prevenir problemas antes de que ocurran, ahorrando tiempo y dinero.
- Determinar necesidades de recursos con anticipación.
- Examinar el desempeño de un negocio en marcha.

- Tasar una empresa para la venta.
- Conducir y buscar la forma más eficiente de poner en marcha un emprendimiento.
- Respaldar la solicitud de crédito a una entidad financiera.

No se debe olvidar que un plan de negocios es un valioso instrumento que sirve para reflexionar sobre los asuntos críticos de un emprendimiento, ayuda al empresario a comunicarse con inversionistas, socios, empleados, etc. y se utiliza como un documento de consulta permanente para medir los avances de un negocio.⁶

Con base en estos antecedentes se planteo el siguiente trabajo con la finalidad de conocer y llevar a cabo un Plan de Negocios para una Clínica Veterinaria.

Objetivo General.

Realizar un Plan de Negocios para una Clínica Veterinaria en el municipio de Coacalco, Estado de México para facilitar la toma de decisiones, minimizar el riesgo y la probabilidad de errores que conlleva la apertura.

REVISIÓN SISTEMÁTICA

El presente trabajo se realizó en el municipio de Coacalco, Estado de México que se localiza en la parte norte central del Estado de México, limita al norte con Tultitlán, al sur con Ecatepec y el Distrito Federal, al oriente con Ecatepec y al poniente con Tultitlán. Las coordenadas de localización: Latitud norte 19 ° 37 ‘ 16’’ y latitud oeste 99° 05’ ; la distancia aproximada a la capital del Estado es de 85 km.⁷

Cuenta con una superficie de 35.71 Km² que representa el 0.16 por ciento de la superficie total del Estado de México.⁷

Población

De acuerdo al Censo General de Población y Vivienda 2000, el municipio tiene un total de 252,555 habitantes, de los cuales el 48.66 por ciento son del sexo masculino y el resto integrado por el sexo femenino.⁷

La población coacalquense representa el 1.92 por ciento del total del estado de México. Es considerado un municipio urbano debido a que 202,778 de sus habitantes se asientan en comunidades mayores de 2 mil 500 personas. Su grado de marginación es considerado por el INEGI como muy bajo.⁷

El municipio se encuentra en la región socioeconómica "C". La población ocupada se concentra principalmente en el sector terciario (comercio y servicios), al concentrar a 62,371 personas ocupadas, es decir, 7 de cada 10 laboran en actividades de este sector.⁷

El sector primario se refiere a la agricultura, ganadería, pesca y la silvicultura. Su participación en la actividad económica municipal es limitada al ocupar únicamente a 225 personas. El maíz y la alfalfa son de los cultivos que aún persisten.⁷

Las fases propuestas en la metodología de la Secretaria de Economía para PYMES fue lo siguiente:

- 1) Elaborar un Plan de Negocios y acorde con la metodología de la Secretaria de Economía para el apoyo a PyMES que contiene los siguientes temas: Descripción General del Negocio, Organización, Personal, Mercadotecnia (competencia, investigación de mercado, análisis e interpretación de resultados, análisis situacional, publicidad, promociones y fijación del precio) , Servicio, Finanzas y Marco legal.
- 2) Se busco información del municipio de Coacalco el cual fue encontrado en su página de Internet.
- 3) Se elaboró y aplicó un cuestionario no probabilístico, cara a cara de opinión.

La encuesta se realizo en un radio de 1.5 Km. de la clínica y estética veterinaria, con una población estimada de 100,000 habitantes. Se selecciono la tienda de autoservicio “Soriana”, prácticamente frente a la futura Clínica y Estética Veterinaria, donde se entrevisto a la gente que acudía a hacer sus compras en esta tienda de autoservicio, el cuestionario se aplico de manera personal o de cara a cara, se les pregunto si tenían animales de compañía y los que contestaban afirmativamente se les aplicaba el cuestionario.

El tamaño de la muestra fue de 200 personas utilizándose para ello la formula de poblaciones finitas propuesta por Fisher que es la siguiente.

$$n = \frac{\beta^2 NPQ}{e^2(N-1) + \beta^2 PQ}$$

donde:

n = Tamaño de muestra

N=Universo

P= Probabilidad A Favor

Q=Probabilidad en contra

e= error

b=Nivel de confianza (95%)

manera:

$$n=1.96^2 (100,000)(.50)(.50)/.07^2 (100,000-1)+1.96^2 (.50) (.50)= 200$$

El criterio elegido fue el de entrevistar a personas mayores de 18 años.

- 4) Una vez obtenida la información se escogió el método de porcentaje para analizar las respuestas.
- 5) Se acudió al municipio para obtener información sobre cuales son los requisitos para la apertura de una Clínica Veterinaria.
- 6) Se entrevistó a las clínicas veterinarias de influencia en el área de este Plan de Negocios con el fin de conocer los servicios que ofrecen.
- 7) Con respecto a la contratación individual, esta se basa en la Ley Federal de Trabajo.
- 8) Los proveedores de equipo se localizaron utilizando para ello la pagina Web de Internet, se comunicó con ellos para que nos fuera enviada la cotización de productos necesarios para una clínica veterinaria. En cuanto al material médico, biológico el proveedor que se eligió fue el denominado MEDIVET por ser el más cercano al domicilio donde se ubicara la Clínica Veterinaria.
- 9) Para el Marco legal se basó en la página de la Secretaria de Atención Tributaria(SAT) para informarnos como las Personas Físicas deben darse de alta.

A continuación se presenta el desarrollo de un Plan de Negocios para la instalación de una clínica y estética veterinaria en el municipio de Coacalco, Estado de México, acorde con la metodología propuesta por la Secretaria de Economía.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL NEGOCIO

Nombre de la Empresa: Clínica y Estética Veterinaria “LAIKA”

“SU MASCOTA, NUESTRO COMPROMISO”

Nombre del Dueño: Elvecia Chapa Castillejo

Número Telefónico: xxxxxx

Dirección: Avenida Isaac Colín # 89, Coacalco, Estado de México

Giro de la Empresa: Servicios

Descripción del servicio: Clínica y Estética Veterinaria para animales de compañía.

1.1 NATURALEZA DE LA EMPRESA

La clínica y estética veterinaria se clasifica como una microempresa que tiene de 1 a 10 trabajadores, cuyo servicio se basa en la atención veterinaria de los animales de compañía (consultas, vacunas y cirugías, etc.) y la estética de estos animales (corte de pelo, baño, limpieza de sacos anales, secado, corte de uñas.)

ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DE LA CLÍNICA Y ESTÉTICA VETERINARIA

Los factores internos y externos en la planeación estratégica de las empresas se conocen como FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta sencilla que permite analizar la situación actual de todo negocio y obtener conclusiones inmediatas que ayudan a tomar mejores decisiones en el corto, mediano y largo plazo.⁸

Ventajas del FODA

- Tomar mejores decisiones
- Plantear objetivos más concretos y realizables
- Identificar los recursos internos y externos
- Reconocer las ventajas y desventajas de las diferentes opciones y alternativas
- Definir prioridades
- Iniciar o revisar y actualizar el proceso de planeación estratégica.
- Diferenciarse de la competencia

Niveles del diagnóstico

El análisis FODA está constituido por dos niveles; la situación interna y la externa. La primera está constituida por factores que forman parte de la misma organización y en los cuales se ejerce control. En tanto que la segunda se refiere a los elementos que están fuera de la empresa, que se interrelacionan con ella y la afectan, pero que no se controla directamente.⁸

En la perspectiva interna se desarrollan las:

- Fortalezas: elementos positivos que posee un negocio y que constituyen los recursos para la consecución de todo objetivo. Algunos ejemplos podrían ser: calidad del servicio, capacitación recibida, motivación, decisión, voluntad, etc.⁸
- Debilidades: factores negativos que se tienen y que se constituyen en barreras u obstáculos para alcanzar las metas propuestas. Por mencionar algunos ejemplos: carencia de objetivos claros y alcanzables, falta de recursos, mal manejo de situaciones, falta de capacitación, etc.⁸

En la perspectiva externa se desarrollan las:

- Oportunidades: elementos del medio ambiente empresarial que la empresa debe aprovechar para el logro efectivo de sus metas y objetivos. Estos pueden ser de tipo social, económico, político, tecnológico, etc. Por ejemplo: apoyo de otras organizaciones, financiamiento bancario con bajas tasas, apoyos gubernamentales, etc.⁸
- Amenazas: aspectos que pueden llegar a constituir un peligro para el logro de los objetivos si no se previene o se trabaja para evitarlos. Entre estos tenemos: falta de aceptación, competencia, rivalidad, políticas gubernamentales, inflación, pérdida de empleos, fenómenos naturales, situación económica, etc.⁸

Hay elementos positivos y negativos en cada una de las situaciones. Cuando se agrupan, se puede contrastar ambas perspectivas. Además, como ya se ha mencionado, la idea de enfocar la energía implica que procure aumentar o afirmar aspectos positivos de tu negocio (tus fortalezas y oportunidades), a la par que disminuyes los negativos (debilidades y amenazas).⁸

El análisis situacional FODA para esta clínica y estética veterinaria fueron los siguientes:

FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Familiaridad con la zona Familiaridad con los posibles clientes potenciales (vecinos y amigos) Cercanía del domicilio del MVZ	Poca Experiencia No hay servicios de Rayos X, pensión, venta de alimentos, hospitalización.

FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aceptación en el mercado Aumento de cartera de clientes Lejanía de Clínicas Precio de la Competencia Cobros excesivos en otros servicios Compra de Ultrasonido	Competencia Competencia desleal Cultura de la Comunidad Economía de la zona Cambio de política con respecto al funcionamiento de la clínica veterinaria Factores ambientales (terremoto, incendio) Inseguridad

2.ORGANIZACIÓN

LA MISIÓN

La misión es un importante elemento, porque es a partir de ésta es que se formulan objetivos detallados que guiarán a la empresa u organización. Por tanto, resulta imprescindible conocer cuál es el concepto de misión.⁹

La importancia de la misión

Es esencial que la misión de la empresa se plantee adecuadamente por que permite:⁹

- Definir una identidad corporativa clara y determinada, que ayuda a establecer la personalidad y el carácter de la organización, de tal manera que todos los miembros de la empresa la identifiquen y respeten en cada una de sus acciones.
- Da la oportunidad de que la empresa conozca cuáles son sus clientes potenciales.
- Aporta estabilidad y coherencia en las operaciones realizadas.
- La misión también nos indica el ámbito en el que la empresa desarrolla su actuación, permitiendo tanto a clientes como a proveedores así como a agentes externos y a socios, conocer el área que abarca la empresa.
- Define las oportunidades que se presentan ante una posible diversificación de la empresa.

LA VISIÓN

La visión es una fotografía del futuro, generalmente a largo plazo (10-20 años) en otras palabras, es lo que nuestra organización contribuiría a tener si somos exitosos en nuestras actividades.¹⁰

La visión debe ser clara, suficientemente específica para poder medir/evaluar los impactos de la organización. La visión debe ser positiva e inspiradora, que haga que los empleados la sientan suya y se motiven a trabajar para lograrla.¹⁰

Ventajas que tiene el establecer una visión

- Fomenta el entusiasmo y el compromiso de todas las partes que integran la organización.
- Incentiva a que desde el director general hasta el último trabajador que se ha incorporado a la empresa, realicen acciones conforme a lo que indica la visión.

Recordando que los mandos superiores tienen que predicar con el ejemplo.

- Una adecuada visión, evita que se le hagan modificaciones, de lo contrario cualquier cambio esencial dejaría a los componentes de la empresa sin una guía fiable, fomentando la inseguridad general.

MISIÓN

La misión de la Clínica y Estética Veterinaria “LAIKA” es ofrecer al animal de compañía la mejor atención tanto en el servicio médico, como en el de estética.

VISIÓN

La visión de la empresa es cubrir la atención médica y estética de los animales de compañía en el área de influencia e impulsar el respeto a los animales de compañía

OBJETIVOS

Corto plazo: En 1 año introducir el servicio de venta de alimento.

Mediano plazo: En 2 años contar con los servicios de hospitalización, pensión, y venta de accesorios (ropa, collares, casas etc.)

Largo plazo: En 5 años introducir servicio de Rayos X.

ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

Definir la Estructura dentro de una clínica veterinaria ayuda a reflejar las funciones y responsabilidades del personal que labora en ella.¹¹

La noción de estructura, en cualquier ámbito del conocimiento, es la orden dada a una serie de elementos, referida a toda empresa, la estructuración orgánica es el sistema de relaciones de autoridad y comunicación entre sus elementos humanos.¹¹

El hecho de dividir el trabajo hace necesaria, la coordinación, que significa armonizar las actuaciones de los diferentes elementos de la empresa para que contribuyan de forma ordenada a la consecución de la misión y visión de la organización.¹¹

El organigrama es el gráfico o esquema lógico de relaciones de dependencia formales de una organización, en el que se resume su estructura. Los elementos de la organización que se recogen en el organigrama son básicamente sobre las personas o grupos de personas que la integran. Para elaborar todo organigrama se comienza por los niveles superiores y se va descendiendo, hasta llegar a los inferiores denominado linéalo militar,

que es la más común y propuesta para toda pequeña empresa como una clínica veterinaria.¹¹

Un departamento en una clínica veterinaria es un área bien delimitada, sobre la cual un responsable o gerente tiene autoridad para el desempeño de actividades específicas.¹¹

Características del sistema lineal o militar

Las características organizacionales de un sistema lineal o militar es aquella en que la autoridad y responsabilidad correlativas, se transmiten íntegramente por una sola línea por cada persona o grupo.¹¹

En este sistema cada individuo tiene un solo jefe para todos los aspectos.¹¹

VENTAJAS:¹¹

- Es muy sencillo y claro
- No hay conflictos de autoridad
- Se facilita la rapidez de acción
- Se crea una firme disciplina, porque cada jefe adquiere toda su autoridad, ya que para sus subordinados es el único que la posee
- Es más fácil y útil para la pequeña empresa.

DESVENTAJAS:¹¹

- Se carece de los beneficios de la especialización.
- Se carece de flexibilidad en los casos de crecimiento de la empresa.
- Es difícil capacitar a un jefe en todos los aspectos que debe coordinar
- Se facilita la arbitrariedad, porque cada jefe tiene cierto sentido de propiedad de su puesto.

La Clínica y Estética Veterinaria en su inicio estaría integrada por dos personas para laborar, que será el MVZ o dueño y un Estilista canino cada uno tendrá funciones específicas como algunas que han de compartir mutuamente en este negocio.

RESPONSABILIDADES DEL MVZ

- Recepción del cliente y paciente.
- Remitir al paciente al servicio solicitado.

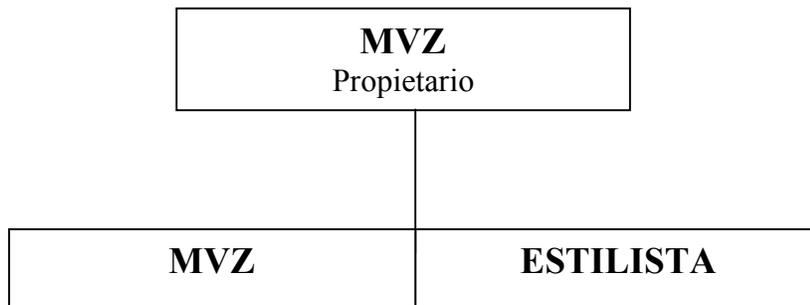
- Realizar la anamnesis.
- Valoración del paciente.
- Diagnosticar y proponer tratamiento.
- De acuerdo al diagnóstico el servicio puede ser:
 - Desparasitación
 - Vacunas
 - Cirugía
 - Ultrasonido
 - Coproparasitoscopico, etc.
- Sanitización del área de trabajo.
- Darle seguimiento a los tratamientos
- Realizar el inventario mensual de recursos materiales.
- Abastecer a la clínica veterinaria de insumos necesarios
- Llevar el control financiero.
- Realizar el pago del sueldo al personal.
- Recibir el pago de la consulta y estética y levantar el registro del servicio.
- Archivar el registro.
- Apoyar al Estilista cuando así se requiera.

RESPONSABILIDADES DEL ESTILISTA

- Recibir y proponer el corte adecuado al cliente.
- Realizar la estética:
 - Corte de pelo
 - Limpieza de sacos anales
 - Baño
 - Secado en toalla
 - Secado con aire caliente
 - Peinado
 - Limpieza de orejas

- Corte de uñas
 - Aplicación de accesorio según el caso
 - Perfumado
- Registro de los ingresos de las estéticas realizadas diariamente.
 - Limpieza de área de trabajo

El organigrama de la Clínica y Estética Veterinaria “LAIKA” queda de la siguiente manera:



3.EL PERSONAL

El proceso de selección a seguir por la Clínica Veterinaria “ LAIKA“ será la siguiente:

1. El estilista deberá presentarse con solicitud de empleo elaborada y referencias personales o de trabajo.
2. El Médico Veterinario Zootecnista realizara la entrevista al aspirante al puesto de Estilista canino para constatar los datos que presenta en la Solicitud de Empleo y hacer otras preguntas para saber más del postulante como son:

ENTREVISTA

1. ¿Por qué quiere trabajar aquí?
2. ¿Qué le atrae de ella ?
3. ¿Por qué dejó su último empleo?
4. ¿Qué opina de sus jefes anteriores?
5. ¿En que piensa que está peor preparado?
6. ¿ Cuáles son sus metas a mediano y largo plazo?
7. ¿Como trabaja bajo presión?
8. ¿ Cómo se enteró de este puesto?
9. ¿ Tiene experiencia laboral en este campo?
10. ¿ Cuándo estaría dispuesto a empezar?
11. ¿ Cuáles son sus aspiraciones económicas?

3.El postulante tendrá que realizar un examen práctico el cual constará de estar un día completo en el área de estética y realizar todos los animales de compañía que lleguen con el fin de apreciar sus habilidades.

El perfil para el puesto de Estilista Canino que pide la Clínica Veterinaria es el siguiente:

Sexo Indistinto

Secundaria concluida

Mayor de 18 años

Disponibilidad de horario

Experiencia mínimo 6 meses en estética y/o haber tomado un curso.

Tatuajes no visibles.

Paciencia y gusto por los animales de compañía.

El Contrato elegido para la clínica y estética veterinaria es el denominado contrato por tiempo indeterminado(ANEXO 1), que contempla la Ley Federal de Trabajo y que de manera resumida presenta lo siguiente:

ASPECTOS LABORALES

- La jornada laboral será de 8 horas.
- Se dispondrá de 1 hora para la comida.
- Los días de descanso serán el día Lunes.
- Se respetarán los días de asueto estipulados en la Ley Federal del Trabajo.
- El pago será de \$ 3000,00 mensuales y el pago se hará semanalmente, posteriormente se podrá negociar que el pago se haga por comisión .
- Al cumplir el año el trabajador se hará acreedor a sus 6 días de vacaciones pagadas como estipula la ley.
- No habrá utilidades en el primer año.

REGLAMENTO DE TRABAJO

- La hora de entrada será a las 10:00 AM y el de salida a las 20:00 PM.
- El horario de comida será de 15:00 PM a las 16:00 PM.
- La limpieza del establecimiento se llevará a cabo todos los días y esta tarea la tendrán que compartir tanto el MVZ como el estilista.
- El día de pago será semanalmente y se realizará dentro de las instalaciones de la Clínica el día Domingo al terminar la jornada laboral.
- El estilista tendrá que utilizar una filipina, lentes de protección y cubre bocas que serán proporcionados por el MVZ.
- El MVZ deberá portar bata y/o filipina.
- El animal de compañía que sea agresivo o propenso a poner en peligro la integridad del Estilista o del MVZ se le colocará un bozal.
- No se admitirá a ningún animal clínicamente enfermo o a cachorros sin su cuadro de vacunación.

- Siempre se deberá tener la puerta cerrada de la clínica y al perro sujeto para que no pueda escaparse.
- En caso de ocurrir un accidente dentro de las instalaciones como, mordidas, rasguños, que no pongan en peligro la vida de el personal se deberá hacer uso del botiquín de emergencia.
- En caso de una accidente laboral que ponga el peligro la vida del personal, el personal afectado será llevado a un consultorio u hospital más cercano siendo responsable de los gastos el MVZ (dueño).
- Nadie del personal deberá llegar en estado de ebriedad o a hacer uso de sustancias prohibidas dentro de las instalaciones.
- Por ningún motivo se permitirá el maltrato a ninguna animal de compañía.
- Ser cordial y atento con el cliente.

4. MERCADOTECNIA

La mercadotecnia es una ciencia o arte, un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.¹²

La mercadotecnia se encarga de actividades relacionadas con la venta y publicidad del producto. La actividad principal del área de mercadotecnia es: determinar cuáles son las necesidades del cliente y satisfacerlas, con base a las variables o mezcla que son producto, precio, promoción, plaza y posventa.¹²

OBJETIVO

El negocio de Clínica y Estética Veterinaria, tiene como objetivo ofrecer un servicio adecuado a cada necesidad del cliente para su completa satisfacción, y así mismo, estar a la vanguardia de la competencia en el área de influencia.

LA COMPETENCIA

1. La Clínica y Estética Veterinaria “LAIKA” tiene como competencia directa a la Clínica y Estética Veterinaria Healthy Pets que se encuentra ubicada a 500 metros de distancia de donde se ubicara la Clínica. Las características de este negocio son entre otras, 2 años de apertura y cuenta con los siguientes servicios:
 - Servicios de Medicina Interna, Medicina Preventiva, Pensión, Hospitalización, Estética Canina, Análisis Clínicos(Coproparasitoscópico y Conteo de Leucocitos), Servicio a Domicilio, Urgencias Nocturnas, Venta de accesorios y alimentos para pequeñas especies.
 - Tiene como pacientes a 2664 animales de compañía aunque no todos son de la zona ya que muchos de sus clientes viene desde el D.F.
 - El Horario que manejan es de Lunes a Viernes de 10:00 AM – 19 PM y Sábados de 10:00 AM-17:00 PM
 - El MVZ tiene 10 años de experiencia en pequeñas especies
 - Cuenta con 4 personas entre semana y 6 el sábado, un recepcionista, un chofer de camioneta,3 estilistas y el MVZ
 - Los precios por ejemplo de una consulta es de \$250.00, estética canina a un perro de raza chica es de \$150.00, OVH sin análisis a raza pequeña \$ 2000.00.

- Los proveedores que posee el MVZ no los ha tenido que buscar directamente ya que ellos llegan a la clínica ofreciendo sus productos.
 - Healthy Pets tiene una extensión de 50 m²
 - La publicidad que manejan en este momento es Internet, Sección Amarilla y volanteo.
 - El servicio se puede decir que es regular, tiene una gran variedad de servicios pero el personal es muy serio y seco aunque no es mal educado.
 - En ese momento no tenían ninguna promoción aunque si las aplican.
2. El otro negocio que se considera competencia es el denominado Arca de Noe que se encuentra aproximadamente a 300 metros de la Clínica. Las características de esta son:
- El Arca de Noe es una tienda de mascotas
 - Ofrecen servicio de Estética Canina, venta de animales de compañía , venta de accesorios , venta de alimentos .
 - El Arca de Noe cuenta solo con dos personas laborando el estilista y el vendedor.
 - El Horario es de Lunes a Sábado de 11:00 a.m. -20:00 p.m. y Domingo de 11:00 a.m.-18:00 p.m.
 - Tiene 6 años de antigüedad.
 - El precio de un servicio de estética para perro de raza pequeña es de \$ 100.00.
 - El servicio es bueno ya que los empleados son amables y educados aunque el corte de pelo no lo realizan bien.

Cuadro de Análisis de la Competencia

Competidor	Servicio	Variedad	Calidad
Healthy Pets	Clínica y Estética	Buena	Regular
Arca de Noe	Estética	Regular	Regular

Con base a lo anterior se presenta los resultados de la investigación de mercado llevada a cabo en el primer trimestre del presente año

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.¹²

Hay diferentes métodos de contacto con los consumidores para obtener la información que se busca, los fundamentales son: telefónico, por correo y personal.¹³

Las **entrevistas personales** pueden ser individuales o grupales, las individuales son altamente confiables y flexibles, aunque resultan costosas son las que arrojan resultados más precisos. Las grupales (grupos de entre 6 y 10 individuos), consisten en reunir las personas con un moderador o entrevistador, para obtener las diferentes impresiones acerca de un nuevo producto o un cambio a uno ya existente, con el fin de registrar todas las impresiones en video o cintas de grabación, que permitan recabar la información buscada. Es altamente confiable y muy utilizada para conocer los pensamientos y sentimientos del consumidor.¹³

Si hemos decidido realizar la investigación de mercados utilizando una encuesta, debemos definir la muestra.

Es necesario atender al método mediante el cual se elige físicamente la muestra:¹⁴

- Muestreo aleatorio o probabilístico.

Muestreo no aleatorio u opinático. El muestreo no aleatorio, llamado «opinático puro», consiste en la elección de una muestra según el juicio del equipo investigador. Naturalmente, la calidad del muestreo no puede valorarse ni a priori ni objetivamente, pues depende de los criterios utilizados para escoger a los componentes de la muestra. A veces, razones de economía y rapidez lo hacen aconsejable. El muestreo opinático presenta tres categorías básicas:

- Muestreo de conveniencia. El investigador opta por su criterio a fin de determinar los elementos que conforman la muestra, ya que no hay clara especificación de cuál es o ha de ser la población sobre la que se desea investigar; por ejemplo, hacer llamadas telefónicas a una ciudad por libre elección del investigador.¹⁴
- Muestreo de comparación. Este tipo de muestra se selecciona de acuerdo con la experiencia o vivencia de cada uno de los expertos y con la posible contribución

que ellos puedan brindar al ser seleccionados para formar parte de la muestra.¹⁴

- Muestreo por cupo. Estas muestras también se denominan, por cuotas, y son un tipo especial de muestras intencionales. Se da pasos concretos con el fin de obtener muestras que sean similares a la población en alguna característica de control anteriormente especificada. Las variables que comúnmente se asignan como cupos son: área geográfica, sexo, edad, raza, educación y nivel de ingresos. El cupo es asignado por el investigador, quien coloca los parámetros o variables que cree pertinentes para la investigación y el grado de flexibilidad para obtenerlas personas o los domicilios varía de acuerdo con la situación.¹⁴

La investigación de mercado se llevo acabo primeramente con la obtención de información externa como el censo poblacional en el Municipio de Coacalco, Estado de México, posteriormente se elaboro y aplico un cuestionario (ANEXO 2) no probabilístico, a las personas que acudían a una tienda de autoservicio donde se ubicaría la clínica y estética veterinaria. La población estimada es de 100,000 personas. Se utilizó la fórmula propuesta por Fisher para poblaciones finitas o menores de 500,000 habitantes el tamaño de la muestra fue de 200 personas.

Una vez obtenida la información los resultados se analizaron por el método de porcentaje.

ÁNÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La información obtenida de la encuesta aplicada a una muestra de 200 personas fueron:

- El 55% de la población tienen una edad entre 18 y 30 años,
- el 35% entre 30 y 50 años y el 10% más de 50 años.
- El 70% de los encuestados vive en la Unidad Habitacional San Rafael Coacalco, El 12% en la Unidad Morelos, el 10% en San Pablo, el 5% en Jaltenco y el 3% en Prados.
- El 65% son de sexo femenino y el 35% son de sexo masculino.

- El 73% tienen perros con un promedio de 2 por casa, el 28% tiene gatos y en promedio es de 1 por casa, 23% tiene aves donde el promedio es de 3 por casa y el 10% tiene otro tipo de animal de compañía.
- El 42% lleva a sus animales de compañía 1 vez al mes a una Clínica o Estética Veterinaria, el 15% lo lleva cada semestre, el 33 %anualmente y el 10% dio otra respuesta.
- El 80% de los encuestados manifestó que la clínica veterinaria que frecuentan tienen los servicios de Consulta, Estética y Vacunas, el 75% tiene las anteriores y venta de alimentos, el 15% contesto que tenían las anteriores y otro tipo de servicios siendo los mas usuales los de pensión y urgencias las 24 horas del día.
- El 100% de los encuestados solicitan el servicio de consultas y vacunas, el 85% solicita estética, el 80% venta de alimentos, el 62 % venta de accesorios y el 11% de pensión y urgencias.
- El 62% esta satisfecho con los servicios que ofrece su Clínica Veterinaria, mientras que el otro 38% están insatisfechos.
- Del 38% insatisfechos el 30% respondió que los servicios tienen un costo muy alto, el 27% que dan un mal servicio, el 23% la falta de servicios, el 10% que el horario de la Clínica se les complica, el 5% que les queda retirado de su hogar.
- Al 63% de los encuestados les gustaría que la Clínica Veterinaria tuviera el servicio de Urgencias las 24 horas, el 37% de hospitalización, el 33% de pensión y el 25 % toma de radiografías.

La interpretación de los datos obtenidos con el cuestionario aplicado presenta lo siguiente: El perro es el animal de compañía predilecto de la zona y los servicios que prestará la clínica deberán ser los necesarios para atender a cualquier animal de compañía, prestando mayor atención en este último.

La mayoría de los encuestados llevan una vez al mes a su animal de compañía al MVZ la regularidad con lo que lo llevan puede indicar que el servicio que solicitan es el de Estética, la Clínica veterinaria contará con este servicio y para obtener la preferencia de los clientes será necesario que el personal y el MVZ sean amables y respetuosos , tanto con el cliente como con el animal de compañía, que se le proporcione al cliente

alternativas para el corte de pelo, no se retrasará la hora de entrega y si es así, llamar al dueño para informarle.

Todas las clínicas que los encuestados visitan tienen los servicios básicos, por lo tanto, para capturar la atención de la gente debemos ofrecer un servicio de calidad dado que la Clínica no podrá ofrecer por el momento servicios más especializados excepto el de Ultrasonido que la competencia no ofrece.

Los insatisfechos con el servicio de la Clínica Veterinaria a la que acuden es que el costo de los servicios es muy alto para la zona y en muchos de los casos el mal servicio como: que no se respete el horario de la clínica, que abran después o que cierren antes, el mal carácter del personal y la lejanía de estos servicios con el de sus hogares son los grandes problemas a resolver para el éxito de este futuro negocio.

En estos casos la Clínica y Estética Veterinaria “ LAIKA” dado que no tendrá servicios especializados debemos dar un servicio al cliente y al animal de compañía excelente, con una buena educación, excelente trato, apariencia impecable tanto de la clínica como de los empleados y tener un precio mas adecuado para la zona tomando en cuenta las finanzas de la clínica.

El servicio especial que mas se solicita es el de Urgencias así que la Clínica y Estética Veterinaria “LAIKA” tendrá que trabajar arduamente para ofrecer este servicio, captar clientes y ser viable.

Con base al Análisis situacional de la clínica y estética veterinaria “LAIKA” a la cual se ha de enfrentar en cuanto a riesgos y aprovechar las oportunidades son:

RIESGOS	ACCIONES A REALIZAR
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia Desleal(estilistas caninos que sin ser MVZ dan servicios médicos a un costo más bajo) ▪ Problemas económicos en el país. ▪ Desastre naturales (inundación y/o terremoto) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener un excelente servicio ▪ Promociones, pequeños obsequios a los clientes frecuentes o si es posible implementar un servicio adicional que económicamente no impacte a la Clínica. ▪ Tomar cursos y de ser posible pedir la ayuda de un colega con más

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de práctica ▪ Falta de servicios especializados ▪ Falta de cultura en la atención a los animales de compañía. ▪ Inseguridad 	<p>experiencia con respecto algún diagnostico en particular.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener precios competitivos , ▪ El trato al cliente y al paciente sea muy bueno que se sienta seguro y confiado, aspecto personal de los empleados sea muy bueno, al igual que la higiene que se le proporcione a la clínica y estética Veterinaria. ▪ Dar folletos, tripticos y/o volantes a la población cercana a la Clínica acerca de los cuidados que debe tener una mascota y las ventajas de estos así como las consecuencias de no aplicarlas. ▪ Dar asesoramiento en grupo cada determinado tiempo para explicarlo de manera personal. ▪ Adquirir un sistema de seguridad y un seguro por robo.
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>ACCIONES A IMPLEMENTAR</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicios especializados para captar clientes. ▪ Mejorar la apariencia de Clínica y Estética Veterinaria. ▪ Renovación y actualización del equipo. ▪ Crecimiento de las instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promocionar y darle publicidad a ese nuevo servicio. ▪ Hacer una apertura de la Clínica para que todos los clientes la conozcan y aparte que se sientan consentidos por la clínica. ▪ Darle a conocer a los clientes que se tiene equipos nuevos con los que se

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporcionar algún servicio especialmente para el dueño del animal de compañía. ▪ Carnet con foto 	<p>podrá atender mejor a su animal de compañía</p>
--	--

PUBLICIDAD

La Publicidad se hará por medio de volantes no solo en la colonia donde estará ubicada la Clínica, también en colonias cercanas que tengan acceso a ella.

Se mandaran hacer 2000 volantes (ANEXO 3) de inicio y que se repartirán 2 semanas antes de la apertura de la clínica y 2 semanas después de la misma, dependiendo de la respuesta de los clientes se tomara en consideración tomar otro periodo para repartir publicidad.

PROMOCIONES

Se realizará una promoción de dos semanas después de la apertura de la Clínica que será por una estética y/o baño, 50 % de descuento en desparasitación.

La siguiente promoción serán en noviembre y diciembre durante esos dos meses se realizará la misma promoción que en la apertura.

La siguiente promoción se realizará en los meses de abril y mayo, por un servicio de estética el cliente obtendrá el 20% de descuento en servicio de vacunación.

FIJACIÓN DEL PRECIO

La fijación del precio será en base a los costos de los servicios que se ofrecen en la clínica veterinaria, con base a los costos de producción se podrá hacer la estrategia de fijación de precios durante la apertura y posteriormente fijarlos igual a los de la competencia.

5. EL SERVICIO

Servicios se caracterizan por llevar a cabo relaciones e interacciones sin importar los atributos físicos. Los servicios son relación, negociación, comunicación.¹⁵

Los servicios pueden ser prestados por instituciones que denominamos empresas o por personas físicas, como clínicas veterinarias, los bancos, las casas de bolsa, peluquerías, hospitales, etcétera.¹⁵

En el servicio se plantean 2 enfoques:¹⁶

- Es un acto que ofrece una parte a otra. Este proceso está vinculado a un producto físico, el desempeño es, en esencia intangible y generalmente no confiere la propiedad de ningún factor de producción.
- Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes, como resultado de producir un cambio deseado en el receptor del servicio

Una definición aceptada sería “las actividades económicas que no dan lugar a un producto, pero que proporcionan valor añadido a la empresa y facilitan el empleo de productos a quienes lo adquieren por primera vez.”¹⁶

¿Qué caracterizan a los servicios? Tres características los distinguen de los bienes o productos.¹⁶

- Los servicios son intangibles. Contrariamente a los productos materiales no se los puede tocar, ver u oler.
- Los servicios son heterogéneos, es decir, los servicios varían porque se llevan a cabo por personas. No tienen la estandarización de un producto.
- Los servicios están afectados de caducidad, es decir, no se pueden almacenar, se tienen que usar cuando están disponibles.

Los servicios también se pueden clasificar como:¹⁷

- Servicios comerciales. Algunos ejemplos son: reparación y mantenimiento de maquinaria, todos los oficios: cerrajero, electricista, fontaneros, etc.
- Servicios profesionales. Aquellos que necesitan de un conocimiento especializado, por ejemplo: clínica veterinaria, administrativos, educativos, de consultoría, etc.

ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

El diseño de un servicio debe cumplir con algunas características como son:¹⁷

- Simple y práctico (facilidad de uso).
- Confiabilidad (que no falle).
- Calidad (bien hecho, durable).

Por tal motivo es importante realizar el diseño de su producto y/o servicio.

PROVEEDORES

Todo negocio tiene una función de ventas como de compras. Ninguna empresa puede funcionar sin tener que adquirir algún tipo de bienes. En primer lugar, los cuatro tipos generales de bienes que se deben adquirir cada uno de los cuales tiene su problemática particular. Estos bienes son: mercancías, materias primas, bienes de equipo y suministros.

15

En primer lugar, es necesario tener unos criterios básicos de selección de proveedores. Después, se debe establecer algún procedimiento para asegurar una rápida referencia a los catálogos y listas de precios que nos dan una información adecuada sobre lo que cada proveedor puede ofrecer.¹⁸

Una de las primeras decisiones que debe ser adoptada es la de la conveniencia de obtener recursos de un solo proveedor o de varios a la vez. La compra de grandes cantidades a un solo proveedor tiene muchas ventajas; sin embargo, presenta el inconveniente de dejar a la empresa en una posición delicada, en el caso de que le llegue a ocurrir algo a ese único proveedor. Existen también muchas ventajas en el sistema de acudir a diversos proveedores, sobre todo en aquellos artículos que se compran con regularidad.

Otra consideración básica que debe hacerse en la selección de un proveedor es su reputación de servicio y honradez a sus clientes.¹⁸

Para lograr un control de las compras es necesario contar con registros que permitan analizar el comportamiento de los proveedores. Es importante considerar entre otras cosas: los aumentos a los precios de la materia prima, productos necesarios en la clínica veterinaria como biológicos y fármacos, establecer si el flete será pagado por la empresa o el proveedor, determinar si existe algún descuento por pronto pago o volumen de compra. A continuación se presenta un formato que puede servir de guía

para la empresa que desee empezar a tener un control más adecuado de sus compras.¹⁸
(ANEXO 4)

Se debe calificar a los proveedores con base a los siguientes criterios:¹⁸

- Cumplimiento en las entregas.
- Calidad del producto.
- Precio competitivo.
- Servicios que ofrece.
- Línea de crédito:
 - Condiciones de pago (plazo, tasa)
 - Tiempos de entrega

EQUIPO E INSTALACIONES

Para la apertura de la clínica veterinaria es importante antes de iniciarse en este negocio identificar el equipo y las instalaciones adecuadas para brindar el servicio de atención a los animales de compañía que lo demande.¹⁸

Existen cinco factores claves que guían el proceso de selección de la ubicación:

- Accesibilidad para el cliente.
- Condiciones del ambiente
- Disponibilidad de recursos
- Preferencia personal
- Disponibilidad y Costos del lugar.

Otros factores importantes para elegir la ubicación del lugar incluyen la mezcla de vecinos, protección y seguridad, servicios (recolección de basura por ejemplo).¹⁷

▪ **ACCESIBILIDAD PARA EL CLIENTE**

Por lo general la accesibilidad para el cliente es una consideración importante cuando se elige algún lugar. Los puntos de ventas minoristas y las empresas de servicio son ejemplos comunes de empresas que deben ubicarse de modo que los clientes a los que se desea atender puedan acceder a ellos comodamente.¹⁷

▪ **CONDICIONES DEL ENTORNO DE NEGOCIOS**

Un negocio que inicia se ve afectado en diversas formas por el entorno en que opera. Las condiciones ambientales pueden obstaculizar o favorecer su éxito.

La competencia, los requisitos legales y la estructura fiscal son sólo algunos de muchos otros factores ambientales de mucha importancia.¹⁷

▪ **DISPONIBILIDAD DE RECURSOS**

Deben considerarse la disponibilidad de recursos asociados con la prestación del servicio al elegir la ubicación. Las materias primas y/o mercancías, disponibilidad de mano de obra y facilidad de transporte.¹⁷

- Cercanía a las materias primas y/o mercancía. Si no se puede disponer en cualquier lugar de las materias primas y/o mercancía que se necesitan en abundancia, una región donde abunden éstas ofrece ventajas especiales de ubicación.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Disponibilidad de transporte. El acceso a un buen transporte es importante para casi todas las empresas. Por ejemplo buenas carreteras y sistema de autobuses permiten a los clientes acceso cómodo al negocio.

▪ **PREFERENCIA PERSONAL**

En la práctica, al ubicar una empresa muchas veces se tiende a pasar por alto la accesibilidad para los clientes, las condiciones ambientales y la disponibilidad de recursos, y solo se toma en cuenta las personales. A menudo prefieren la comunidad donde vive. Sin embargo, el solo hecho de se haya vivido siempre en determinada población no la convierte automáticamente en una ubicación satisfactoria para el negocio.¹⁷

▪ **DISPONIBILIDAD Y COSTOS DEL LUGAR**

Una vez que se ha observado el área en el municipio de Coacalco, Estado de México, como es el caso de esta clínica veterinaria se tiene que elegir un lugar específico.¹⁷

- Disponibilidad del lugar.
- Costo del lugar.

Se propone que las empresas nuevas renten por dos importantes razones:¹⁷

- Se evita un desembolso grande de efectivo. Esto es importante para una pequeña empresa nueva, que suele carecer de recursos financieros adecuados.
- Al evitar una inversión considerable y posponer los compromisos de pago por espacios hasta que se asegure el éxito de la empresa y se conozcan mejor las necesidades de construcción se reduce el riesgo.

▪ **INSTALACIÓN Y EQUIPAMIENTO**

Con el término instalación nos referimos al modo en que se dispone el equipo para facilitar la ejecución del servicio.¹⁸

El espacio no debe ser demasiado chico ni demasiado austero para una operación eficiente. Básicamente la idea consiste en proporcionar la mayor comodidad posible al trabajador. Todo deberá estar al alcance de la mano, con un lugar definido para cada actividad (consulta, estética, quirófano, sala de espera) que deba ser utilizada, de tal manera que se devuelva a su lugar inmediatamente después de su uso.¹⁸

Los factores que debemos considerar en la realización de las compras son:¹⁸

- Calidad de los bienes.
- Cantidad requerida.
- Los plazos de entrega.
- El precio.

Los servicios que se proporcionarán en la Clínica serán:

1. Servicio Médico

- Consultas
- Vacunas el cuadro de vacunación que se maneja en la clínica será: la cuádruple, quintuple y séxtuple con rabia en caso de los gatos es triple felina, leucemia y rabia.

2. Desparasitaciones.

3. Revisiones
4. Atención al parto
5. Raspado de piel
6. Citologías vaginales
7. Cirugías
8. Caudectomía
9. Otectomía
10. Ovariohisterectomía
11. Orquiectomía
12. El precio será por talla y peso del animal en todos los casos.

2. Baño y Estética

El servicio de la Clínica será en un horario de 10:00 AM- 20:00 PM de Lunes a Domingo.

El Baño y la Estética se componen de: Corte de pelo, Baño con agua templada, secado con aire tibio, limpieza de oídos y sacos anales, corte y limado de uñas, perfume si el cliente lo acepta y accesorio

El baño constará de lo mismo con excepción del corte de pelo

Se dividirá en 3 tamaños los precios de este servicio

Perro chico (poodle, chihuahueño, schnauzer miniatura,etc.)

Perro mediano (cocker spaniel, beagle, etc)

Perro Grande (labrador, cobrador dorado, dalmata, etc.)

PROVEEDORES

Los proveedores con los que contará la clínica veterinaria son los siguientes:

Para el equipo de la clínica se escogió a Grupo Erice que son fabricantes de muebles veterinarios.

Grupo Corsa Erice se encuentra localizado en la Colonia Roma y realiza entrega a domicilio y a toda la Republica su pagina de Internet es www.grupocorsaerice.com

El tiempo de entrega puede variar dependiendo el producto, todo el mobiliario básico se entrega de 2 a 3 días si no hay en stock, si requiere un color especial puede tardar de 3 a 5

días, y si su pedido es foráneo o bajo un diseño especial puede llegar a tardar hasta 15 días.

Para poder calcular el costo del envío se debe marcar a la planta, para que se cotice a volumen y distancia los costos van desde \$100.00 hasta \$890.00 dependiendo de la distancia.

Las formas de pago que maneja Grupo Corsa Erice son las siguientes:

- a) Pago en efectivo. Se realiza en cualquiera de sus sucursales.
- b) Deposito Bancario.
- c) Tarjeta de Crédito. Aceptan todas las tarjetas menos American Express.
- d) Transferencia Bancaria.
- e) Si se hace la transferencia obligatoriamente hay que informar a la planta y enviar un mail con el movimiento, para que sea pedido sea levantado o en caso de ya tener de un pedido que este lo comiencen a trabajar.
- f) Sistema De Apartado. Se realiza con un 10% total del valor de su compra, con dos meses para liquidar, sin cantidades fijas, respetando el plazo se podrá ir depositando las cantidades que parezcan mas cómodas, incluso es posible liquidar a contra entrega de la mercancía.

Al apartar el pedido se congelan los precios

Grupo Corsa Erice tiene una garantía de un año sobre defectos de fabricación en todo el mobiliario, cualquier defecto que este fuera del uso normal no lo cubrirán, ya sea golpes, piezas rotas por mal uso, mala instalación de aparatos, o mal mantenimiento.

La garantía se refiere a defectos de fabricación, como materiales inadecuados, fallas en el armado, la pintura, cualquier defecto de planta, o cualquier falla dentro de un uso adecuado del mobiliario.

El Paquete que trabaja Grupo Corsa Erice consta de Mesa de exploración futuro, gabinete futuro, vitrina futuro, lámpara de chicote o banco cromado, portasuero de tripie o de riel y bote banco basurero de obsequio.

El proveedor de los medicamentos, vacunas y materiales para la clínica será la distribuidora MEDIVET que se encuentra localizada en Ecatepec de Morelos.

La Distribuidora MEDIVET se localiza a media hora de la Clínica Veterinaria y trabaja con casi todos los laboratorios del mercado.

La forma de pago que manejan es en efectivo con una compra mínima de \$500.00.

El tiempo de entrega es máximo de 2 días y no cobran la entrega.

Los días que ellos visitan a sus clientes para anotar pedidos son los Lunes, Miércoles, Viernes.

El crédito se da cuando los clientes ya tienen tiempo y dependiendo del Historial que lleven con MEDIVET.

EQUIPO E INSTALACIONES

La Clínica Veterinaria LAIKA será instalada en un local de 40 m².

- a) Accesibilidad para el cliente. La Clínica será accesible y a la vista de la gente que asiste a la tienda de autoservicio que cuenta con estacionamiento .
- b) Disponibilidad de Recursos.
 - La cercanía de los materiales de la Clínica Veterinaria no será un problema ya que acceder a la zona es fácil y el proveedor del material está a media hora.
 - La mano de obra
 - Disponibilidad de Transporte. El transporte es constante y a cualquier hora, incluso hay horarios nocturnos.
- c) Disponibilidad y Costos del Lugar. El establecimiento donde estará ubicada la clínica Veterinaria será rentado a un costo de \$5000.00 mensuales.

INSTALACIONES Y EQUIPO

La Clínica Veterinaria constará de las siguientes áreas:

- a) Área de Estética (15 m²)
- b) Área de Consulta (5 m²)
- c) Área de Quirófano (15 m²)
- d) Sala de espera (5 m²)

AREA DE ESTÉTICA

EQUIPO	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO \$
Mesa de Estética	1	890.00
Jaula de estancia	1	8480.00
Tina	1	600.00
Maquina Andis	2	4000.00
Cuchilla 7	1	350.00
Cuchilla 10	1	334.00
Carda Mediana	1	45.00
Corta uñas	1	120.00
Tijeras	1	100.00
Secadora	1	1500.00
TOTAL		16,419

INSUMOS DEL AREA DE ESTÉTICA

INSUMO	CANTIDAD	\$
Carda Universal Mediana	1	45.00
Corta uñas mediano	1	140
Cortaúñas chico	1	110
Shampoo para perro 20 Lts	1	239.00
Shampoo Antipulgas	1	42.00
Perfume Hembra	1	100.00
Perfume Macho	1	100.00
Moñitos	200	100.00
Paliacate	200	300.00

Bote de Basura Mediano	1	150.00
Aceite para cuchillas	1	27.00
Toallas	3	387.00
Cicatrizante en polvo	1	70,00
Deslanador	1	110.00
TOTAL		1920

AREA DE CONSULTA

EQUIPO	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO
Paquete Futuro	1	7480.00
Microscopio	1	6000.00
Negatoscopio	1	890.00
Bascula	1	300.00
Portasuero Tripie	1	1780
Termómetro Digital	1	480.00
Refrigerador	1	1897.00
Ventilador	1	355.00
Computadora (Lap Top)	1	5000.00
Estetoscopio	1	500.00
Ultrasonido	1	33,800
TOTAL		58,482

INSUMOS

INSUMO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO
Medicamentos			4530.80
Desparasitantes			1728
Vacunas			4630

Material de curación			12944.44
Papelería			1000.00
TOTAL			24832.44

AREA DE QUIROFANO

EQUIPO	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO
Mesa de cirugía W tubular	1	6500.00
Lámpara de luz fría para techo de 1 brazo	1	5500.00
Instrumental Quirúrgico	1	3000.00
Esterilizador en Seco	1	3560.00
Pijama Quirúrgica	2	600.00
Portasuero	1	300.00
TOTAL		19460.00

6. FINANZAS

La importancia de los controles contables está en saber si estamos ganando o perdiendo, tener las cuentas en orden, nos permite ver dónde hay mas gastos, tomar mejores decisiones y saber utilizar mejor el dinero.

El área financiera de la empresa debe tener objetivos muy claros y concretos, ya que todo el manejo económico depende de esta área y cualquier error se reflejará en la salud financiera de la empresa.

CONTABILIDAD DE COSTOS DE SERVICIOS OFRECIDOS

Este cálculo estimativo de costos, ayudarán a calcular la suma total de los fondos que se requieren para poder operar y mantener en funcionamiento hasta que los ingresos de los servicios ofrecidos en la clinica veterinaria ayuden a mantener las operaciones del negocio.¹⁹

CONTABILIDAD

¿Cuál es la función de la contabilidad en las empresas? La contabilidad proporciona información que se utilizan para realizar las operaciones en las empresas. Además la contabilidad aporta información que se usan en el negocio para evaluar los resultados económicos y la situación financiera actual de la empresa.¹⁹

De acuerdo con lo anterior, la contabilidad tiene las siguientes características:¹⁹

- 1) Es una técnica de diagnóstico.
- 2) Produce información sistemática y organizada.
- 3) Expresa en unidades monetarias las transacciones realizadas.
- 4) Registra los hechos identificables y relevantes.
- 5) Facilita a los interesados la toma de decisiones.

La información pretende retratar la realidad. Si es parcial, distorsionada, incompleta, subjetiva, nuestra percepción de esa realidad será limitada y errónea. En el área financiera la información adquiere particular importancia ya que, con base en ella, se tomaran decisiones sobre inversiones, sobre rentar o comprar equipo o maquinaria, o sobre donde conviene obtener recursos para la empresa.¹⁹

Es necesario conocer y utilizar la información contable, para usuarios internos y externos.¹⁹

Los principales usuarios externos son:¹⁹

- 1) Los acreedores. Su interés principal es estimar la capacidad de pago de la empresa, es decir, si la compañía tiene la solvencia suficiente para cubrir sus créditos.
- 2) Las autoridades fiscales o hacendarias. Su interés es, lograr el pago de los impuestos, de acuerdo con la legislación fiscal e impositiva federal, estatal y/o municipal.
- 3) Los proveedores. Desean conocer la situación financiera para operar con base en el cumplimiento y formalidad en los pagos que reciben.

Los principales usuarios internos son:

- 1) Los accionistas.
- 2) El director general.
- 3) Los departamentos del negocio.
- 4) Los empleados.
- 5) El dueño del negocio.

La información financiera de las empresas indica la forma en que la organización es administrada. Con la información contable se puede conocer cualitativa y cuantitativamente los aciertos o desaciertos de la dirección. Liquidez y rentabilidad son dos criterios de evaluación muy importante en este sentido.¹⁹

La liquidez es la capacidad de las empresas para generar efectivo y poder resolver sus compromisos y obligaciones en el corto plazo. Por otra parte, la rentabilidad es la generación de utilidades y la relación que guarda con la inversión utilizada para generarlas.¹⁹

La contabilidad se divide en las siguientes categorías:¹⁹

- 1) Contabilidad Financiera. Sistema de información que expresa en términos cuantitativos y monetarios las transacciones que realizan una entidad económica, así como ciertos acontecimientos económicos que le afectan, con el fin de proporcionar información útil y segura.

- 2) Contabilidad administrativa. Sistema de información al servicio de las necesidades internas de la administración, con orientación destinada a facilitar las situaciones internas de planeación y control, así como la toma de decisiones.
- 3) Contabilidad Fiscal. Sistema de Información diseñado para dar cumplimiento a las obligaciones tributarias de las organizaciones con respecto a un usuario específico: el fisco.

ESTADO DE RESULTADOS O DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La contabilidad financiera debe presentar información que permita a los propietarios conocer los montos de las utilidades o de las pérdidas obtenidas como resultado de sus operaciones realizadas durante un periodo contable. De aquí la necesidad de elaborar un nuevo estado financiero, el estado de resultados.²⁰

Los conceptos son:¹⁹

Utilidad neta: Es la modificación observada en el capital contable de la entidad, después de su mantenimiento, durante un período contable determinado, originada por las transacciones efectuadas, eventos y otras circunstancias, excepto las distribuciones y los movimientos relativos al capital contable.

Ingreso y ganancia: Ingreso es el incremento bruto de los activos o disminución de los pasivos experimentado por una organización, con efecto en su utilidad neta, durante un período contable, como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades principales y normales.

Ganancia: Es el ingreso resultante de una transacción incidental o derivada del entorno económico, social, político o físico, durante un periodo contable, que por su naturaleza se debe presentar neto de su costo correspondiente.

Gasto: Es el decremento bruto de los activos o incremento de pasivos experimentado por una entidad, con efecto en su utilidad neta, durante un periodo contable, como resultado de las operaciones que constituyen sus actividades principales o normales y que tienen consecuencia en la generación de ingresos.

Perdida: Es el gasto de una transacción incidental o derivada del entorno económico, social, político o físico en que el ingreso consecuente es inferior al gasto y que por su naturaleza se debe presentar neto del ingreso respectivo.

Con los elementos anteriores es posible analizar el estado de resultados.

El estado de resultados es un estado financiero que muestra los ingresos, identificados con sus costos y gastos correspondientes y, como resultado de tal enfrentamiento, la utilidad o pérdida neta del periodo contable.²⁰

El estado de resultados es dinámico, en cuanto expresa en forma acumulativa, las cifras de ingresos, costos y gastos resultantes de un periodo determinado. Sus partidas o secciones más típicas son:²⁰

- Ventas totales, deducciones y ventas netas: se incluyen todas las ventas realizadas , menos las devoluciones, rebajas y descuentos; el dato final serían las ventas netas.
- Costo de ventas y utilidad bruta: el costo de ventas menos las ventas netas indica la utilidad bruta.
- Gastos de operación y utilidad de operación: son los que se efectúan en la realización del objeto propio del negocio. El propósito de separarlos de otro tipo de gastos es determinar los resultados que se obtendrían excluyendo otras categorías de gastos.
- Otros gastos e ingresos: Se presentan separados de los gastos de operación.
 - Participación de utilidades a los empleados: se acostumbra mostrar esta partida como una utilidad sujeta a reparto entre los empleados.
 - Utilidad o pérdida neta: se obtiene al restar de los ingresos, los costos, gastos e impuestos. La utilidad es el rendimiento del capital obtenido por los administradores del negocio.

FLUJO DE EFECTIVO

Estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final.²¹

FLUJO DE EFECTIVO

Concepto/mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Servicio Médico	170	190	200	207	215
Esteticas	95	115	125	129	135
Ingresos Brutos	35000	40000	42500	43950	45750
(-)Costo material	11114,47	12792,12	13630,95	14092,31	14679,49
Ingreso neto	23885,53	27207,88	28869,05	29857,69	31070,51
Costos Fijos					
Renta	5000	5000	5000	5000	5000
Dep. eq.s/motor	322,43	322,43	322,43	322,43	322,43
Dep. eq. c/motor	790,37	790,37	790,37	790,37	790,37
Agua	300	300	300	300	300
Luz	600	600	600	600	600
Telefono	1000	1000	1000	1000	1000
Salario Médico	6000	6000	6000	6000	6000
Salario Estilista	3000	3000	3000	3000	3000
CFT	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8
Costos Variables					
Material Médico	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96
Med. Vac. Desp	21355	21355	21355	21355	21355
Papeleria	1000	1000	1000	1000	1000
Material estetica	951	951	951	951	951
CVT	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96
CT	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96
Utilidad o pérdida	-23865,43	-20543,08	-18881,91	17893,27	-16680,45

(Continuación)

Concepto/mes	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Servicio Médico	255	270	270	290	290
Esteticas	145	145	145	145	145
Ingresos Brutos	52750	55000	55000	58000	58000
(-)Costo material	16776,56	17405,68	17405,68	18244,51	18244,51
Ingreso neto	35973,44	37594,32	37594,32	39755,49	39755,49
Costos Fijos					
Renta	5000	5000	5000	5000	5000
Dep. eq. s/motor	322,43	322,43	322,43	322,43	322,43
Dep. eq. c/motor	790,37	790,37	790,37	790,37	790,37
Agua	300	300	300	300	300
Luz	600	600	600	600	600
Telefono	1000	1000	1000	1000	1000
Salario Médico	6000	6000	6000	6000	6000
Salario Estilista	3000	3000	3000	3000	3000
CFT	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8
Costos Variables					
Material Médico	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96
Med. Vac. Desp	21355	21355	21355	21355	21355
Papeleria	1000	1000	1000	1000	1000

Material estetica	951	951	951	951	951
CVT	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96
CT	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96
Utilidad o pérdida	-11777,52	-10156,64	-10156,64	-7995,45	-7995,45
	Continuación				
Concepto/mes	Noviembre	Diciembre			
Servicio Médico	320	350			
Esteticas	150	160			
Ingresos Brutos	63000	68500			
(-)Costo material	19712,45	21390,11			
Ingreso neto	43287,55	47109,89			
Costos Fijos					
Renta	5000	5000			
Dep. eq. s/motor	322,43	322,43			
Dep. eq. c/motor	790,37	790,37			
Agua	300	300			
Luz	600	600			
Telefono	1000	1000			
Salario Médico	6000	6000			
Salario Estilista	3000	3000			
CFT	17012,8	17012,8			
Costos Variables					
Material Médico	7431,96	7431,96			
Med. Vac. Desp	21355	21355			
Papeleria	1000	1000			
Material estetica	951	951			
CVT	30737,96	30737,96			
CT	47750,96	47750,96			
Utilidad o pérdida	-4463,21	-641,07			

CALCULO ESTIMATIVO DE COSTOS

Costos Fijos	Costo estimado por mes
Renta	5.000,00
Depreciación de equipo s/motor	322,44
Depreciación de equipo c/motor	790,37
Agua	300,00
Luz	600,00
Telefono	1.000,00
Salario Médico	6.000,00
Salario Estlista	3.000,00
CFT	17.012,81

Costos variables	Costo estimado por mes
Material Médico	7431,95
Medic. Vacun. Desp.	21355,00
Papeleria	1000,00

Material Estetica	951,00
CVT	30737,95

CT

47750,76

DEPRECIACIÓN

Activo	Valor del producto	Vida util	Depreciación anual	Depreciación mensual
Equipo s/motor				
Paquete futuro	7480,00	10	748,00	62,33333333
Juala	8480,00	7	1211,43	100,95
Tina	600,00	10	60,00	5
Mesa quirofano	6500,00	10	650,00	54,17
Microscopio	6000,00	5	1200,00	100,00
Total			3869,43	322,45

Equipo c/motor	Valor del producto	Vida util	Depreciación anual	Depreciación mensual
2 Maq. Andis	4000,00	3,00	1333,33	111,11
Refrigerador	1897,00	5,00	379,40	31,62
US.	33800,00	5,00	6760,00	563,33
Scadora	1500,00	5,00	300	25,00
Esterilizador	3560,00	5,00	712	59,33
Total				790,39

TOTAL 1112,85

COSTOS PRORRETADOS POR SERVICIOS AL MES

CONCEPTO	SERVICIO MEDICO	ESTETICA	TOTAL
COSTOS FIJOS			
Renta	3000,00	2000,00	5000,00
Depreciación equipo s/motor	193,46	128,97	322,43
Depreciación equipo c/motor	474,22	316,15	790,37
Agua	60,00	240,00	300,00
Luz	240,00	360,00	600,00
Telefono	500,00	500,00	1000,00
Slario Médico	6000,00		6000,00
Slario Estilista		3000,00	3000,00
CFT	10467,68	6545,12	17012,80
Costos variables			
Material Médico	6688,76	743,20	7431,96

Med. Vac. Desp	21355,00		21355,00
Papeleria	1000,00		1000,00
Material estetica		951,00	951,00
CVT	29043,76	1694,20	30737,96
CT	39511,44	8239,32	47750,76
No. Servicios	350	145	495
Costo por servicio	112,89	56,82	96,47

COSTO PRORREATADO POR SERVICIO MÉDICO AL MES

Concepto	Prorrateo	CFT	CFP	CVT	CVP	%
Renta	60%	3.000,00	8,57			7,59
Dep.eq.s/motor	60%	193,46	0,55			0,49
Dep.eq.c/motor	60%	474,22	1,35			1,20
Agua	20%	60,00	0,17			0,15
Luz	40%	240,00	0,69			0,61
Telefono	50%	500,00	1,43			1,27
Salario Médico	100%	6.000,00	17,14			15,19
Salario Estilista	0%	0,00	0,00			0,00
Material medico	89,98%			6,688.76	19,11	16,93
Biologicos y Med.	100%			21355,00	61,01	54,05
Papeleria	100%			1000,00	2,86	2,53
Mat. De Estetica	0%			0,00	0,00	0,00
TOTAL		10,467.68	29.90	29,043.76	82,98	100,01
No. De Servicios	350					
CT	39,511,44					
Costo por servicio	112,89					

Punto de equilibrio por Servicio Médico al mes

$$X = \text{CFT} / \text{PV} - \text{CVP}$$

$$\text{PV} = 150$$

Donde:

$$X = 10467,68 / 150 - 82,98 = 156,19 \text{ servicios médicos mensuales}$$

$$\text{CFT} = 10467,68$$

$$\text{CVP} = 82,98$$

Punto de equilibrio en ventas

$$X = \text{CFT} / (1 - \text{CVP} / \text{PV})$$

$$X = 10467,68 / (1 - 82,98 / 150) = \$ 23,261.51 \text{ en ventas mensuales por servicio médico.}$$

Esta clínica y estética veterinaria debe ofrecer 156.19 servicios médicos veterinarios y ventas de \$23,261.51 para estar en punto de equilibrio

COSTO POR SERVICIO DE ESTETICA

Concepto	Prorrateo	CFT	CFP	CVT	CVP	%
Renta	40%	2000,00	13,79			24,27
Dep.eq.s/motor	40%	128,97	0,89			1,57
Dep.eq.c/motor	40%	316,15	2,18			3,84
Agua	80%	240,00	1,66			2,91
Luz	60%	360,00	2,48			4,37
Telefono	50%	500,00	3,45			6,07
Salario Medico	0%	0,00	0,00			0,00
Salario Estilista	100%	3000,00	20,69			36,41
Mat Medico	10,02%			743,20	5,13	9,02
Biologicos	0%			0,00		0,00
Papeleria	0%			0,00		0,00
Mat.Esetica	100%			951,00	6,56	11,54
Total		6545,12	45,14	1694,20	11,69	100,00
No. De servicios	145					
CT	8239,32					
Costo por servicio	82,39					

Punto de equilibrio por estética al mes

$$X = \frac{CFT}{PV - CVP}$$

$$PV = 100$$

Donde:

$$X = \frac{6545,12}{100 - 11,69} = 74,12 \text{ servicios de estética mensuales}$$

$$CFT = 6545,12$$

$$CVP = 11,69$$

Punto de equilibrio en ventas

$$X = \frac{CFT}{1 - CVP/PV}$$

$$X = \frac{6545,12}{1 - 11,69/100} = \$ 7437,64 \text{ en ventas mensuales por servicio médico}$$

Esta clínica y estética veterinaria debe ofrecer 74 estéticas al mes y ventas de \$7,437.64 para estar en punto de equilibrio .

ESTADOS DE POSICIÓN FINANCIERA

ESTADO DE RESULTADOS DE LA CLÍNICA VETERINARIA "LAIKA"

DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

Ventas Netas				576,347.44
Compras Netas			195,488.84	
Inventario inicial			24,832	
Total de mercancías			220,320	
Inventario final			87,018	
Costo de lo vendido				133,302.84
Utilidad Bruta				443,044.60
Gastos				573,011.52
Util antes de impuestos				-129,966.9
ISR 34%			0	
PTU 10%			0	0
Utilidad del Ejercicio				-129,966.9

Venta netas – Costo de lo vendido = Utilidad bruta

Compras netas + inventario inicial = Total de Mercancías

Total de mercancías – Inventario Final = Costo de lo Vendido

Utilidad Bruta – Gastos = Utilidad antes de Impuestos

ISR = Impuesto Sobre la Renta

PTU = Participación de los Trabajadores en las Utilidades de la Empresa

El estado de resultados indica que con el precio de los servicios y la afluencia de la Clínica tendríamos una pérdida de \$129,966.90.

FLUJO DE EFECTIVO CON RECUPERACIÓN EN EL PRIMER AÑO

Concepto/mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Servicio Médico	401	401	401	401	401
Esteticas	145	145	145	145	145
Ingresos Brutos	74650	74650	74650	74650	74650
(-)Costo material	22900	22900	22900	22900	22900
Ingreso neto	51750	51750	51750	51750	51750
Costos Fijos					
Renta	5000	5000	5000	5000	5000
Dep. eq. s/motor	322,43	322,43	322,43	322,43	322,43
Dep. eq. c/motor	790,37	790,37	790,37	790,37	790,37
Agua	300	300	300	300	300
Luz	600	600	600	600	600
Telefono	1000	1000	1000	1000	1000
Salario Médico	6000	6000	6000	6000	6000
Salario Estilista	3000	3000	3000	3000	3000

CFT	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8
Costos Variables					
Material Médico	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96
Med. Vac. Desp	21355	21355	21355	21355	21355
Papeleria	1000	1000	1000	1000	1000
Material estetica	951	951	951	951	951
CVT	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96
CT	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96
Utilidad o pérdida	3999,04	3999,04	3999,04	3999,04	3999,04
	(Continuación)				
Concepto/mes	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Servicio Médico	401	401	401	401	401
Esteticas	145	145	145	145	145
Ingresos Brutos	74650	74650	74650	74650	74650
(-)Costo material	22900	22900	22900	22900	22900
Ingreso neto	51750	51750	51750	51750	51750
Costos Fijos					
Renta	5000	5000	5000	5000	5000
Dep. eq. s/motor	322,43	322,43	322,43	322,43	322,43
Dep. eq. c/motor	790,37	790,37	790,37	790,37	790,37
Agua	300	300	300	300	300
Luz	600	600	600	600	600
Telefono	1000	1000	1000	1000	1000
Salario Médico	6000	6000	6000	6000	6000
Salario Estilista	3000	3000	3000	3000	3000
CFT	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8	17012,8
Costos Variables					
Material Médico	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96	7431,96
Med. Vac. Desp	21355	21355	21355	21355	21355
Papeleria	1000	1000	1000	1000	1000
Material estetica	951	951	951	951	951
CVT	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96	30737,96
CT	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96	47750,96
Utilidad o pérdida	3999,04	3999,04	3999,04	3999,04	3999,04
	Continuación				
Concepto/mes	Noviembre	Diciembre			
Servicio Médico	401	401			
Esteticas	145	145			
Ingresos Brutos	74650	74650			
(-)Costo material	22900	22900			
Ingreso neto	51750	51750			
Costos Fijos					
Renta	5000	5000			
Dep. eq. s/motor	322,43	322,43			
Dep. eq. c/motor	790,37	790,37			
Agua	300	300			
Luz	600	600			

Telefono	1000	1000
Salario Médico	6000	6000
Salario Estilista	3000	3000
CFT	17012,8	17012,8
Costos Variables		
Material Médico	7431,96	7431,96
Med. Vac. Desp	21355	21355
Papeleria	1000	1000
Material estetica	951	951
CVT	30737,96	30737,96
CT	47750,96	47750,96
Utilidad o pérdida	3999,04	3999,04

COSTOS PRORRETADOS POR SERVICIOS AL MES

CONCEPTO	SERVICIO MEDICO	ESTETICA	TOTAL
COSTOS FIJOS			
Renta	3000,00	2000,00	5000,00
Depreciación equipo s/motor	193,46	128,97	322,43
Depreciación equipo c/motor	474,22	316,15	790,37
Agua	60,00	240,00	300,00
Luz	240,00	360,00	600,00
Telefono	500,00	500,00	1000,00
Slario Médico	6000,00		6000,00
Slario Estilista		3000,00	3000,00
CFT	10467,68	6545,12	17012,80
Costos variables			
Material Médico	6688,76	743,20	7431,96
Med. Vac. Desp	21355,00		21355,00
Papeleria	1000,00		1000,00
Material estetica		951,00	951,00
CVT	29043,76	1694,20	30737,96
CT	39511,44	8239,32	47750,76
No. Servicios	401	145	546
Costo por servicio	98.53	56.82	87.46

COSTO PRORREATADO POR SERVICIO MÉDICO AL MES

Concepto	Prorrateo	CFT	CFP	CVT	CVP	%
Renta	60%	3.000,00	7.48			7,59
Dep.eq.s/motor	60%	193,46	0.48			0,49
Dep.eq.c/motor	60%	474,22	1.18			1,20
Agua	20%	60.00	0.15			0,15
Luz	40%	240,00	0.60			0,61
Telefono	50%	500,00	1.25			1,27
Salario Médico	100%	6.000,00	14.96			15,19

Salario Estilista	0%	0,00	0,00			0,00
Material medico	89,98%			6,688.76	16.68	16,93
Biologicos y Med.	100%			21355,00	53.25	54,05
Papeleria	100%			1000,00	2.49	2,53
Mat. De Estetica	0%			0,00	0,00	0,00
TOTAL		10,467.68	26.10	29,043.76	72.42	100,01
No. De Servicios	401					
CT	39,511,44					
Costo por servicio	98.53					

Punto de equilibrio por Servicio Médico al mes

$$X = \text{CFT} / \text{PV} - \text{CVP}$$

$$\text{PV} = 150$$

Donde:

$$X = 10467,68 / 150 - 72.42 = 134.93 \text{ servicios}$$

$$\text{CFT} = 10467,68$$

médicos mensuales

$$\text{CVP} = 72.42$$

Punto de equilibrio en ventas

$$X = \text{CFT} / (1 - \text{CVP} / \text{PV})$$

$$X = 10467,68 / (1 - 72.42 / 150) = \$ 20,130.15 \text{ en ventas mensuales por servicio médico.}$$

Esta clínica y estética veterinaria debe ofrecer 156.19 servicios médicos veterinarios y ventas de \$23,261.51 para estar en punto de equilibrio

COSTO POR SERVICIO DE ESTETICA

Concepto	Prorrateo	CFT	CFP	CVT	CVP	%
Renta	40%	2000,00	13,79			24,27
Dep.eq.s/motor	40%	128,97	0,89			1,57
Dep.eq.c/motor	40%	316,15	2,18			3,84
Agua	80%	240,00	1,66			2,91
Luz	60%	360,00	2,48			4,37
Telefono	50%	500,00	3,45			6,07
Salario Medico	0%	0,00	0,00			0,00
Salario Estilista	100%	3000,00	20,69			36,41
Mat Medico	10,02%			743,20	5,13	9,02
Biologicos	0%			0,00		0,00
Papeleria	0%			0,00		0,00
Mat.Esetica	100%			951,00	6,56	11,54
Total		6545,12	45,14	1694,20	11,69	100,00
No. De servicios	145					
CT	8239,32					
Costo por servicio	82,39					

Punto de equilibrio por estética al mes

$$X = \text{CFT} / \text{PV} - \text{CVP}$$

$$\text{PV} = 100$$

Donde:

$$X = 6545,12 / 100 - 11,69 = 74,12 \text{ servicios de estética mensuales}$$

$$\text{CFT} = 6545,12$$

$$\text{CVP} = 11,69$$

Punto de equilibrio en ventas

$$X = \text{CFT} / (1 - \text{CVP} / \text{PV})$$

$$X = 6545,12 / (1 - 11,69 / 100) = \$ 70,437.64 \text{ en ventas mensuales por servicio médico}$$

Esta clínica y estética veterinaria debe ofrecer 74 estéticas al mes y ventas de \$7,437.64 para estar en punto de equilibrio .

ESTADOS DE POSICIÓN FINANCIERA

ESTADO DE RESULTADOS DE LA CLÍNICA VETERINARIA "LAIKA"

DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

Ventas Netas				895,800
Compras Netas			274,800	
Inventario inicial			24,832	
Total de mercancías			299,632	
Inventario final			87,018	
Costo de lo vendido				212,614
Utilidad Bruta				683,186
Gastos				573,011.52
Util antes de impuestos				110,174.48
ISR 34%			37,459.32	
PTU 10%			11,017.45	48,476.77
Utilidad del Ejercicio				61,697.71

$$\text{Venta netas} - \text{Costo de lo vendido} = \text{Utilidad bruta}$$

$$\text{Compras netas} + \text{inventario inicial} = \text{Total de Mercancías}$$

$$\text{Total de mercancías} - \text{Inventario Final} = \text{Costo de lo Vendido}$$

$$\text{Utilidad Bruta} - \text{Gastos} = \text{Utilidad antes de Impuestos}$$

$$\text{ISR} = \text{Impuesto Sobre la Renta}$$

$$\text{PTU} = \text{Participación de los Trabajadores en las Utilidades de la Empresa}$$

El estado de resultados indica que si la Clínica tuviera una demanda constante de 401 servicios médicos y 145 estéticos entre los clientes frecuentes y nuevos con el mismo precio del flujo anterior se tendría una utilidad de \$ 61,679.71.

7. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

Para el establecimiento y apertura de toda entidad mercantil o de servicio es necesario, conocer los trámites que tiene que realizar ante las autoridades de la Federación y de la Entidad Federativa correspondiente, con el fin de poder abrir dicho negocio en regla, contando con la documentación necesaria y cumpliendo con las obligaciones que la normatividad establezca.²²

En un principio, se deberá definir la personalidad de nuestra empresa; es decir si se trata de una sociedad entre varios propietarios (persona MORAL) o bien un proyecto de un solo dueño (persona FISICA).²²

PERSONA MORAL

Es una agrupación de personas que se unen con un fin determinado, ya sea una Sociedad Mercantil o Asociación Civil. De acuerdo con su objeto social.²³

Una sociedad se integra conforme a la figura legal que establezcan sus miembros. Para evitar malos entendidos posteriores, todo lo acordado debe ponerse por escrito, la importancia de esto debe tenerse muy presente.²³

VENTAJAS:²³

- En una sociedad se tiene la ventaja de poder disponer de las técnicas y habilidades de cada socio. En una situación ideal, la contribución que cada socio puede hacer a la empresa complementa la de los otros socios. Por ejemplo, un socio supervisa las funciones contables, otro está a cargo de la producción y el otro se ocupa de las ventas.
- Hay más capital de inversión disponible, ya que la capacidad de la empresa para aumentar el capital se incrementa con tan solo incluir más socios. A diferencia de una propiedad única, que sólo cuenta con los recursos financieros de un individuo, en una sociedad se tienen los recursos combinados de los socios. También se pueden obtener recursos económicos mediante créditos bancarios, con mayor facilidad.
- Se puede convertir en socios a los empleados más valiosos. Las sociedades pueden atraer y retener a los empleados de alta calidad ofreciéndoles la

oportunidad de convertirse en socios, y este método de motivación ha tenido mucho éxito en particular en las áreas legales y contables.

DESVENTAJAS:

- Al igual que los propietarios únicos, los socios son responsables de todas las deudas o juicios legales contra la empresa, obligaciones que pueden extenderse más allá de la inversión, es decir, sobre los activos personales de los socios. Estas responsabilidades y obligaciones varían, dependiendo del tipo de sociedad que se forme.
- Las utilidades deben compartirse, deben distribuirse entre los socios. Además, el porcentaje de las utilidades que se reinviertan en la empresa debe decidirse en conjunto. Los deseos personales son tan sólo un punto de vista.
- Los socios pueden estar en desacuerdo, lo que puede traer mucho estrés al negocio.
- Las disputas y los problemas personales entre los socios pueden poner en peligro a la empresa y disolver una sociedad.
- El deseo de un socio de ampliar la empresa puede contraponerse a los demás socios.

Las formas de operar a través de sociedades reconocidas por las leyes mexicanas son las siguientes:²³

- Sociedad Anónima o S.A.
- Sociedad Anónima de Capital Variable o S.A. de C.V.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada o S. de R.L.
- Sociedad en Nombre Colectivo o S. en N.C.
- Sociedad en Comandita Simple o S. en C.S.

PERSONA FÍSICA

Cualquier persona que legalmente pueda obligarse a contraer responsabilidades y tener derechos puede establecerse libremente como empresario, es decir, crear su propio negocio, cumpliendo con las disposiciones del Código de Comercio y conociendo el régimen fiscal que estará obligado a cumplir de acuerdo a las disposiciones fiscales.

VENTAJAS:²³

- Ser el jefe: como propietario único, se tiene la libertad de administrar la empresa en el marco legal y fiscal que se elija. Se puede expandir o limitar la empresa; aumentar o disminuir productos o servicios; contratar, promover o despedir al personal. Esta facultad para tomar decisiones con rapidez, sin tener que esperar la aprobación de un comité, permite tener la ventaja de varias oportunidades. Si se busca control máximo y un mínimo de interferencia de otras personas, la mejor opción es la propiedad única.
- Es fácil empezar. La propiedad única es la forma legal más sencilla de empezar. No hay gastos adicionales que cubrir desde el punto de vista legal. Todo lo que se tiene que hacer es conseguir los activos y comenzar a operar, de conformidad con el marco fiscal en que se registre ante las autoridades hacendarias.
- Se conservan todas las utilidades; en una propiedad única, todas las utilidades son del propietario. No se está obligado a compartirlas con nadie. Es una decisión del dueño si se utilizan en forma personal o se reinvierten en la empresa.
- Los ingresos de la empresa son gravados como ingresos personales. El gobierno considera que los ingresos derivados de una propiedad única son parte del ingreso del propietario. Además, las pérdidas incurridas por la empresa se pueden amortizar en el plazo que establece la Ley del Impuesto sobre la Renta.^{20,25}
- Se puede suspender actividades la empresa a voluntad. Si se decide que se quiere dedicar a otras actividades, es muy sencillo liquidar la empresa, sin tener que considerar dividir acciones o efectuar trámites especiales, sólo se tienen que suspender las operaciones.

DESVENTAJAS:

- Se asume responsabilidad ilimitada. Un propietario único es responsable por todas las deudas o juicios legales contra la empresa. En el caso de que éstas excedan los activos de la empresa, los activos personales (casa, automóvil, cuenta de ahorros, inversiones) pueden ser reclamados por los acreedores.
- Esta responsabilidad ilimitada es el factor negativo de la propiedad única. El capital de inversión que se puede tener es limitado; la cantidad de capital de inversión disponible para la empresa se limita al dinero que se tiene y al que se

puede obtener por préstamos. A diferencia de las sociedades, que pueden obtener recursos de otras fuentes.

- Se tiene que ser funcional. Cualquiera que inicie una propiedad única debe estar preparado para desempeñar diversas funciones, que van desde la atención de sus clientes hasta la promoción de los productos. Muchos propietarios únicos nuevos no pueden darse el lujo de contratar especialistas para estas labores.
- La vida de la empresa es limitada. La muerte del propietario pone fin automáticamente a la propiedad única; lo mismo logra cualquier eventualidad que impida que el propietario opere la empresa. Como nadie toma su lugar, la empresa deja de funcionar.

Una vez que se haya definido la personalidad, lo siguiente será constituir y darla de alta en el Registro Federal de Contribuyentes.

REGIMEN FISCAL

PERSONA FÍSICA

Si se va a iniciar un negocio, empresa, rentar bienes inmuebles o a trabajar por tu cuenta, debes darte de alta en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC)

1. Utilizando el servicio de Inscripción Inmediata en el RFC que consiste en acudir a una pequeña entrevista al Módulo de Atención que te corresponda previa **cita** con los documentos que se indiquen sin que se requiera llevar la forma fiscal R-1 ni sus anexos, con la posibilidad de obtener de inmediato tu Cédula de Identificación Fiscal.²⁴

Los regímenes para darse de alta como persona física:²⁴

1) Régimen de Pequeños Contribuyentes. Es para las personas que se dedican a:

- Comercio, es decir a comprar y vender todo tipo de bienes por ejemplo papelerías, farmacias, misceláneas, refaccionarias, fruterías.
- Industria, es decir, a fabricar bienes, por ejemplo, panaderías, tortillerías.
- Prestar servicios de tipo comercial, tales como loncherías, taquerías, talleres mecánicos, estéticas, tintorerías, transporte colectivo o en taxi o transporte de carga.
- Ganadería, agricultura, pesca y selvicultura es un individuo con capacidad para

contraer obligaciones y ejercer derechos.

Lo anterior, siempre que las ventas o los ingresos (sin descontar los gastos y compras) no rebasen de \$2'000,000.00 al año y no se den facturas ni se desglose el IVA.

En el caso de que se venda mercancía importada, sólo se podrá estar en este régimen si el importe de las ventas por esta mercancía son un máximo de 30% del importe de las ventas totales.^{21,26}

Las obligaciones fiscales en este régimen son menos que en el Régimen Intermedio y el Régimen de Actividades Empresariales, y el cálculo del impuesto es mucho más sencillo.

2) Régimen Intermedio. Es para las personas que se dediquen a:²⁴

- Comercio, es decir a comprar y vender todo tipo de bienes, por ejemplo papelerías, farmacias, misceláneas, refaccionarias, fruterías.
- Industria, es decir, a fabricar bienes, por ejemplo, panaderías, tortillerías.
- Prestar servicios de tipo comercial, tales como loncherías, taquerías, restaurantes, talleres mecánicos, estéticas, tintorerías, transporte colectivo o en taxi o transporte de carga.
- Ganadería, agricultura, pesca y selvicultura

Lo anterior, siempre que las ventas o los ingresos (sin descontar los gastos y compras) no rebasen de \$4'000,000.00 al año.

3) Actividades empresariales. Es para las personas que se dedican a:²⁴

- Comercio, es decir a comprar y vender todo tipo de bienes por ejemplo papelerías, farmacias, refaccionarias.
- Industria, es decir, a fabricar, todo tipo de bienes; por ejemplo, panaderías, tortillerías.
- Prestar servicios de tipo comercial, tales como restaurantes, talleres mecánicos, estéticas, tintorerías, transporte de personas o de carga, estancias infantiles.
- Ganadería, agricultura, pesca y selvicultura.

En este régimen no existe límite en cuanto a los ingresos que se obtengan, por lo que cualquier persona física que se dedique a las actividades mencionadas puede darse de alta en el mismo.

4) Actividades profesionales. Es para las personas que:²⁴

- Se dediquen a ejercer su profesión, arte u oficio de manera independiente, como los abogados, médicos, dentistas, contadores, arquitectos, enfermeras, deportistas, músicos, cantantes, agentes de seguros y de fianzas, artistas, y
- En general cualquier persona que sea contratada por honorarios y que deba expedir recibos cada vez que reciba sus pagos.

▪ **5) Actividades Empresariales.** Es para las personas que:²⁴

- Renten o
- Subarrenden bienes inmuebles como departamentos, casas habitación, bodegas, locales comerciales, terrenos, naves industriales, entre otros.

La constitución de la Clínica y Estética veterinaria “LAIKA” será como persona física con el régimen fiscal para actividades profesionales.

Los pasos a seguir son:

1. Inscripción Inmediata en el Registro Federal de Causantes (RFC) que consiste en acudir a una entrevista al Módulo de Atención que corresponda con los documento que se indiquen y con la posibilidad de obtener de inmediato la Cédula de Identificación Fiscal.

²⁴

Los documentos que se requerirán son:^{21,26}

1. Comprobante de domicilio, cualquiera de los siguientes documentos:

- Estado de cuenta a nombre del contribuyente que proporcionen las instituciones del sistema financiero. Dicho documento no deberá tener una antigüedad mayor a tres meses.

2. Recibos:

- Último recibo del impuesto predial; en el caso de recibos de periodos menores a un año, el mismo no deberá tener una antigüedad mayor a 4 meses, y tratándose de recibo anual deberá corresponder al ejercicio en curso (Este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
- Último recibo de los servicios de luz, teléfono o de agua, siempre y cuando dicho recibo no tenga una antigüedad mayor a 4 meses (Este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).

- No será requisito que los recibos exhiban pagados.
3. Última liquidación a nombre del contribuyente del Instituto Mexicano del Seguro Social.
 4. Contratos de:
 - Arrendamiento, acompañado del último recibo de pago de renta con una antigüedad no mayor a 4 meses que cumpla con los requisitos fiscales, o bien el contrato de subarrendamiento y el último recibo de pago de renta con una antigüedad no mayor a 4 meses que cumpla con los requisitos fiscales (Este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
 5. Carta de radicación o de residencia a nombre del contribuyente expedida por los Gobiernos Estatal, Municipal o sus similares en el Distrito Federal, conforme a su ámbito territorial, que no tenga una antigüedad mayor a cuatro meses.
 6. Comprobante de Alineación y Número Oficial emitido por el Gobierno Estatal, Municipal o su similar en el D.F. Dicho comprobante deberá contener el domicilio del contribuyente y una antigüedad no mayor a cuatro meses (Este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
 7. **Identificación oficial**, cualquiera de los siguientes documentos:
 - Credencial para votar del Instituto Federal Electoral
 - Pasaporte vigente
 - Cédula profesional
 - Cartilla del Servicio Militar Nacional
 8. Poderes, alguno de los siguientes documentos:
 - Poder general para actos de administración. Se otorga para que el apoderado tenga toda clase de facultades administrativas y será admisible para efectuar cualquier trámite fiscal ante el SAT siempre y cuando se trate de gestiones patrimoniales que no se traduzcan en la enajenación de la empresa o del bien otorgado para su administración. No aplicará para ofrecer garantías o sustituirlas, designar bienes para embargo o para sustituirlos, ni en los trámites de suspensión de actividades, inicio de liquidación y/o liquidación total del activo.
 7. Acuda a su cita personalmente con los documentos requeridos.

8. Entregar los documentos al asesor fiscal que le asignen y contestar las preguntas que le realice durante la entrevista.
9. Verificar que la información registrada por el asesor fiscal en el sistema esté correcta de acuerdo a las respuestas en la entrevista y los documentos que presenta.
10. Firmar los documentos que le expida el asesor fiscal, en donde consta la información con la que fue inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes y conservar la Cédula de Identificación Fiscal que le entreguen y la tarjeta tributaria.

REGIMEN FISCAL

El régimen fiscal que por la actividad corresponde es el de actividades profesionales y estos son los pasos a seguir: ²⁴

1. Inscribirse en el registro federal de contribuyentes (darse de alta)
2. Expedir comprobantes fiscales que reúnan requisitos fiscales, de los servicios prestados, mismos que deberán contener la leyenda preimpresa "Efectos fiscales al pago".
3. Asimismo, hay que recordar que estos comprobantes se deben mandar a imprimir en imprentas autorizadas por el SAT.
4. En el comprobante se debe indicar si el servicio se cobró en un solo pago o a plazos (a crédito).
5. Si se cobra en un solo pago, se deberá indicar en el comprobante el importe total del servicio.
6. Cuando se cobre a plazos, el comprobante deberá contener el importe total del servicio, el número de pagos y el monto de cada uno de ellos, así como el monto del primer pago realizado y los impuestos que en éste se cobren.
7. Por los cobros posteriores se debe proporcionar comprobante simplificado que contenga, además del importe del pago, la forma en que se realizó (cheque, efectivo, etc.) y el número y fecha del comprobante inicial.
8. Por las compras y gastos que se hagan, se deben solicitar facturas con IVA desglosado y demás requisitos fiscales como son:

- Tener impreso nombre, denominación o razón social, domicilio fiscal, clave del Registro Federal de Contribuyentes.
- Contener impreso el número de folio.
- Lugar y fecha de expedición.
- Clave del Registro Federal de Contribuyentes de la persona a favor de quien se expidan.
- Cantidad y clase de mercancías, o descripción del servicio que amparen.
- Valor unitario del producto y el importe total señalado en número o en letra, así como, en su caso, el impuesto al valor agregado por separado.
- Contener impresa la Cédula de Identificación Fiscal.
- La leyenda "La reproducción no autorizada de este comprobante constituye un delito en los términos de las disposiciones fiscales".
- Datos del impresor (RFC, nombre, domicilio y, en su caso, el número telefónico del impresor, así como la fecha en que se incluyó la autorización correspondiente en la página de Internet del SAT, con letra no menor de tres puntos.)
- La fecha de impresión.
- La vigencia de dos años.
- La leyenda "Número de aprobación del Sistema de Control de Impresores Autorizados", seguida del número generado por el sistema.

Para la contabilidad solo bastara tener un libro de egresos, ingresos, registro de inversiones y deducciones

Los pagos de impuestos que se deben de pagar son;

- Impuesto sobre la renta (ISR)
- Impuesto al valor agregado (IVA)

También deberá hacerse la declaración anual de impuestos.

El municipio de Coacalco para la apertura de la Clínica Veterinaria los requisitos son los siguientes:

- a) Ir al municipio de Coacalco y pedir una Solicitud de Licencia de Funcionamiento. (ANEXO 5)

- b) Junto con la hoja de Solicitud de Licencia de Funcionamiento previamente llenada debemos entregar los siguientes documentos.
- Identificación oficial vigente del solicitante y en su caso del representante legal.
 - Licencia de uso de suelo. (ANEXO 6)
 - Visto bueno de protección civil (ANEXO 7)
 - Ultimo pago de impuesto predial
 - Croquis de localización (ANEXO 8) y
 - Contrato de Arrendamiento.
- c) Anexada a la Solicitud de Licencia de Funcionamiento hay un documento que es la hoja de Manifestación para el pago de Impuestos sobre anuncios Publicitarios. (ANEXO 9)
- d) La Licencia de uso de suelo se entrega en el Municipio al igual que los anteriores documentos en caso de esta Licencia los requisitos son los siguientes:
- Solicitud firmada por el propietario
 - Documento que acredite la propiedad inscrito en el registro publico de la propiedad o posesión
 - Croquis de la localización del predio o inmueble
 - Identificación
 - Carta Poder.
 - El tiempo de respuesta en de 10 días hábiles a partir de la entrega total d los documentos validados.
- e) En caso del visto bueno por parte de protección civil el documento debe recogerse en la Estación de Bomberos localizada en Villa de las Flores el documento se llama Solicitud de Verificación para que verifiquen e inspeccionen las medidas de seguridad que se tendrá en el en el negocio. Los requisitos que se necesitan son:

- Extintor PQS y/o CO2 (Según necesidad)
- Carta de responsiva de extintor
- Carta de capacitación del extintor (DC3)
- Señalización de ruta de evacuación
- Señalamiento de salida de emergencia
- Programa Especifico de Protección Civil
- Que hacer en caso de sismo e incendio.

A nivel Federal los permisos que se requieren son:²⁵

a) Cuando el MVZ requiera prescribir o comprar medicamentos del grupo I, necesitará recetas médicas cuantificadas, para las cuales debe acudir a la Delegación SAGARPA de su estado, llevando una solicitud en escrito libre dirigida al Delegado de la SAGARPA, copia y original (para cotejo) de la cédula profesional y comprobante de domicilio en copia y original para cotejo, además de una identificación oficial con fotografía y dirección.

b) Los propietarios de Clínica Veterinarias, Hospitales y demás que presten servicios zosanitarios deberán dar aviso de funcionamiento ante la SAGARPA, proporcionando nombre y el domicilio del establecimiento correspondiente ,dentro de los 15 días naturales siguientes a la apertura.

El Plan de negocios es una valiosa técnica ya que arroja los siguientes datos importantes para la Clínica y Estética Veterinaria “LAIKA” :

1. Conocer los fortalezas y debilidades de la empresa, como también las oportunidades y amenazas con el fin de trabajar mas en esas debilidades.
2. Pocas Clínicas tiene definida su misión, visión y objetivos estas son las que dan el rumbo a una empresa al revisarlas podemos redirigir el camino.
3. Conocer los roles que tendrá cada trabajador evitara problemas y definir un perfil par la persona que se empleara.
4. La competencia al conocerla se podrá diferenciar de ella con otros servicios con los que ellos nos cuentas para captar la atención de los clientes en el caso de la clínica tendrá un equipo de ultrasonido.
5. La encuesta arrojó que hay mercado para la Clínica y que la ubicación es excelente por el flujo de gente que tendrá, así como también detectar que servicios se exige más para poder brindárselos en un futuro y conocer los errores en los que caen las clínicas veterinarias de la zona.
6. Los proveedores se contemplan desde un principio con sus ventajas y desventajas permitiendo ahorrar tiempo y dinero para la Clínica.
7. Definir los precios nunca es fácil son muchos factores los que se deben tomar en cuenta, por ejemplo la competencia, costos de producción, etc. Sin un Plan de Negocios sería mas difícil definirlos poniendo en riesgo la rentabilidad de el negocio. En el caso de la Clínica y Estética veterinaria “LAIKA” el costo mínimo de un servicio médico será de \$150.00 y el de estética de \$100.00 considerando ya los costos de producción, competencia, etc.
8. La situación financiera de la empresa en el primer flujo de efectivo indica que la empresa tendrá una pérdida por \$129,966.90 en el primer año
9. La situación financiera en el segundo flujo es muy optimista con una demanda constante de 401 servicios médicos y 145 de estética con los precios más bajos, la utilidad de la clínica es de 61,697.71.

10. En conclusión tendríamos que ajustar los precios en el primer flujo de efectivo , prescindir de algún equipo o buscar mejores ofertar y realizar una publicidad y promoción más fuerte.

11. Los trámites que se deben realizar para la apertura de una clínica tanto a nivel municipal, estatal y federal son de suma importancia para que la clínica no se haga acreedora a multas que podrían comprometer financieramente a la empresa o incluso que se clausure.

El Plan de negocios es un arma valiosa nos dice en papel que podemos esperar de nuestra empresa ,aunque no evita el fracaso, si lo minimiza.

REFERENCIAS

1. Grassie GA. ¿ Porque algunos veterinarios son mas exitosos que otros?. Vanguardia Veterinaria 2005. Disponible de <http://www.dvm.com.mx/Articulos/Articulo%20Holliday.htm>
2. Grassie GA. Visión empresarial en la Clínica Veterinaria para mascotas. Vanguardia veterinaria 2006. Disponible de <http://dvm.com.mx/Articulos/Articulo%20Vision%20Empresarial.htm>
3. Contreras G. Gestion Veterinaria: Administración Veterinaria o Managment Veterinaria. 1995 Abril. Disponible de <http://www.vet-uy.com/articulos/articges/013/013bas.htm>
4. Consulta Mitofsky. Disponible en www.consulta.com.mx
5. Wikipedia.org. Definición de Empresa, disponible de <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
6. Infopyme.com. Plan de negocios. Disponible de <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/inicioempresa/plan denegocio.htm>
7. Ordenjuridico.gob.mx. Estado de México. Disponible de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/ESTADO%20DE%20MEXICO/Municipios/Coacalco%20de%20Berriozabal/COAPla1.pdf> –
8. OLMEDO F. y et. al. Magazine Estrategia Año 2- Edición N°31- Argentina, Sección Administración.
9. KOTLER P., ARMSTRONG G., CÁMARA D. y CRUZ I. Marketing,
10. CAMARGO MORA MG. Visión y Misión. Facultad de Ciencias Forestales y Ambientales 2007. Disponible de <http://ulageografia.blogspot.com/search/label/DOCUMENTOS%20BASE>
11. REYES PONCE A.. Administración de empresas: Teoría y Practica, Segunda Parte, Editorial Limusa, 29 Edición, México D.F. 1994.
12. PROMODE, Programa de Capacitación y Modernización del comercio detallista: Manual de Investigación de Mercado.,México, D.F. Abril 2000

13. RUÍZ GUERRERO CH., Investigación de Mercado, Memorias del curso de Administración y Marketing para negocios veterinarios, 2007.
14. JANY CASTRO J.N ., Investigación Integral de Mercados, Editorial Mc-Graw-Hill, Segunda Edición, Colombia 2000.
15. ALEGRE L, Fundamentos de Economía de la Empresa: Perspectiva Funcional, Editorial Ariel, Barcelona, España 1995.
16. ANGRES FERRANDO JM. Marketing de Empresas de servicios, Editorial Alfa Omega, Valencia 2008; 8
17. LONGENECKER J., Administración de pequeñas empresas, Editorial Thomson, México 2007;
18. ROBINSON E., Organización y Administración de Negocios, Editorial Mc-Graw-Hill, Tercera Edición 1968;
19. GARZA TRENIÑO JG. Administración Contemporánea, Editorial McGraw-Hill, Segunda Edición, México D.F., 2000;
20. ROMERO LÓPEZ J., Principios de contabilidad, Edit. Mc-Graw-Hill , México, D.F 1995;
21. FIGUEROA FIGUEROA MA. Estado de Flujos de efectivo, Disponible de Monografias.com
22. GANDARILLA VELASCO R., Requisitos Fiscales para la apertura de una Clínica Veterinaria, Memorias del curso de Administración y Marketing para negocios veterinarios, 2007.
23. FRÍAS D., Analizando Pros y Contras; Selecciona la estructura legal para tu negocio, Revista electronica ideas para PyMES 2008. Disponible de <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-emprendiendo-estructuras-legales-nueva-empresa-personas-fisicas-y-morales>.
24. <http://www.sat.gob.mx>.
25. <http://www.sagarpa.gob.mx>

ANEXO 1

Ley federal del trabajo (LFT)

FORMATO DE CONTRATO POR TIEMPO INDETERMINADO

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO INDETERMINADO QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE EL SR.

_____ A QUIEN EN LO
SUCESIVO SE DESIGNARA COMO EL “EMPLEADO” Y POR OTRA PARTE

_____ A QUIEN
ADELANTE SE DENOMINARA COMO EL “PATRON” AL TENOR DE LAS
SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS.

DECLARACIONES

I.- El Empleado declara:

- a) Llamarse como queda escrito
- b) Ser de Nacionalidad _____
- c) Tener ____ años de edad
- d) Ser su estado civil _____
- e) Tener su domicilio ubicado en : _____ .

II.- El Patrón declara:

- f) Llamarse como queda escrito.
- g) Tener registrado su domicilio en: _____.

EXPUESTO LO ANTERIOR LAS PARTES FORMALIZAN EL PRESENTE
CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO DE CONFORMIDAD CON LAS
SIGUIENTES.

CLAUSULAS

PRIMERA.- El Empleado se obliga a prestar al Patrón o a sus representantes sus servicios, obligándose el Empleado en todo tiempo a desempeñar los servicios que se consignan en este contrato, con la intensidad y cuidado apropiados, en el domicilio principal del Patrón o en cualquier otro domicilio, propio o de terceros, como de tiempo en tiempo le indique el Patrón.

SEGUNDA.- El Empleado declara que tiene la capacidad y los conocimientos necesarios para desempeñar los trabajos que se le encomienden, así mismo manifiesta que sus datos generados son veraces y se obliga a notificar por escrito y en forma inmediata al Patrón, cualquier cambio relacionado con los mismos, en la inteligencia que en caso de no hacerlo se consideran como actuales los últimos datos proporcionados para todos los efectos de la Ley Federal de Trabajo.

TERCERA.- Toda información proporcionada al Empleado por el Patrón, será considerada como CONFIDENCIAL, por lo que el Empleado se obliga a no divulgarla a persona física o moral ajena al Patrón, evitando así mismo cualquier robo o pérdida de la misma. Ambas partes convienen en que será considerada información confidencial toda aquella que no sea del dominio público manejada exclusivamente por el Patrón, sus proveedores y por cualquiera de las empresas del grupo al que pertenezca, en el supuesto de que por cualquier motivo el Empleado incumpla con lo estipulado en esta cláusula, el Patrón estará en la posibilidad de rescindir el presente contrato en términos de lo dispuesto por el art. 47 de la Ley Federal de Trabajo, y a reclamar ante los tribunales competentes los daños y perjuicios que se le causen en forma directo o indirectamente.

Esta cláusula tendrá efecto aún cuando el Empleado ya no esté activo en la empresa hasta por cinco años de su salida.

CUARTA.- Las partes convienen en que la relación de trabajo objeto de este contrato será por tiempo INDEFINIDO.

QUINTA.- Conviene el Empleado y el Patrón, en que éste se reserva el derecho de monitorear las llamadas telefónicas que el Empleado efectúe relacionadas con el trabajo, con el objeto de que el Patrón verifique la calidad de la comunicación y servicio que se establece con nuestros clientes.

SEXTA.- El horario de labores del Empleado será el siguiente _____ de _____ con una hora de comida fuera de las áreas de trabajo, el PATRÓN, si así conviene a sus necesidades, podrá modificar el tiempo u horario de labores.

SÉPTIMA.- Por cada seis días de trabajo, el Empleado disfrutará de un día de descanso con goce de salario integro conviniéndose que por regla general, dicho día será el domingo de cada semana, pero el Patrón podrá señalar cualquier otro día cuando lo estime necesario, dando cumplimiento en su caso, a lo establecido por el segundo párrafo del art. 71 de la Ley Federal del Trabajo.

OCTAVA.- La retribución que el Patrón pagará al empleado por sus servicios, estará compuesta por los siguientes rubros; entendiéndose que con ellos se integra el salario en los términos del art. 84 de la Ley Federal del Trabajo:

- a).- Por conceptos de sueldo diario, la cantidad de _____ que incluyen los días de descanso semanal y obligatorio.
- b).- Aguinaldo anual proporcional a razón de lo que marca el art. 87 de la Ley Federal del Trabajo, con base en el sueldo mensual establecido en el inciso anterior.
- c).- Prima Vacacional proporcional, a razón de lo que estipula el art. 76 de la Ley Federal del Trabajo (25%) del sueldo correspondiente al número de días laborables comprendidos en el periodo vacacional que le corresponda.

NOVENA.- El Empleado disfrutará de vacaciones anuales con goce de salario en los siguientes términos:

- a).- Por un año de servicios, seis días laborables.
- b).- Por dos años de servicios, ocho días laborables.
- c).- Por tres años de servicios, diez días laborables.
- d).- Por cuatro años de servicios, doce días laborables.
- e).- Después del cuarto año de servicios, el periodo vacacional se aumentará en dos días por cada cinco de servicios.

DÉCIMA.- El Empleado autoriza al Patrón para que deduzca de su salario el impuesto conforme a la Ley de Impuesto Sobre la Renta, así como las cuotas obreras previstas en la Ley del Seguro Social y cualquier otra cantidad cuyo pago pudiera estar obligado el Empleado conforme a la legislación correspondiente.

DÉCIMA PRIMERA.- Será causa de rescisión del presente contrato sin responsabilidad para el Patrón cuando el Empleado incurra en alguna de las causas que marca el art. 47 de la Ley Federal del Trabajo.

DÉCIMA SEGUNDA.- El Empleado se obliga a asistir a los cursos de capacitación y adiestramiento que se establezcan en los planes y programas respectivos y a cumplir con lo que en ello se estipule.

DÉCIMA TERCERA.- Las partes contratantes declaran que respecto de las

obligaciones y derechos que les correspondan en sus respectivas calidades de Patrón y Empleado, que no hayan sido motivo de cláusula expresa en este contrato, se sujetarán a las disposiciones de la Ley Federal del Trabajo y sus reglamentos.

DÉCIMA CUARTA.- Para todos los efectos legales a que haya lugar se le reconoce al Empleado una antigüedad efectiva de servicios a partir del

DÉCIMA QUINTA.- Este contrato nova en todos sus términos a los que se hayan firmado con anterioridad, que quedan sin ningún efecto, conviniendo ambas partes en que las únicas condiciones de trabajo que regirán a partir de esta fecha son las que estipulan en este documento.

El presente Contrato Individual de Trabajo, se celebra y firma por duplicado en la Ciudad de: _____ el día _____ del mes de _____ del _____ conservando un ejemplar cada una de las partes.

EL PATRÓN

EL EMPLEADO

NOVACIONES

ANEXO 2
CUESTIONARIO

INTRODUCCIÓN: Buenas tardes les solicito atentamente me permita levantar el siguiente cuestionario que tiene como objetivo conocer las necesidades que demanda la población de esta zona para la prevención y salud de animales de compañía

1) ¿ Tiene animales de compañía?

SI_____ NO_____

2) ¿Qué tipo de especie tiene en su casa?

- a. Perro_____ cuantos_____
- b. Gato_____ cuantos_____
- c. Aves_____ cuantos_____
- d. Otro_____ cuantos_____

3) ¿Con qué regularidad visita al MVZ?

- a) Mensualmente_____
- b) Bimestralmente_____
- c) Trimestralmente_____
- d) Semestral_____
- e) Otros_____

4) ¿Qué servicios demanda usted?

- a) Vacunas
- b) Consultas
- c) Cirugías
- d) Estética
- e) Accesorios
- f) Hospitalización
- g) Pensiones
- h) Otros _____

(Especifique)

5.¿Cuándo solicita el servicio veterinario en que colonia se encuentra la clínica a la que acude para la atención de su animal de compañía?

- 1. Jaltenco
- 2. Villa de las Flores
- 3. Potrero
- 4. San Rafael
- 5. Prados
- 6. Otra _____

(Especifique)

- 1. A la clínica que existe que es lo que le ha disgustado del servicio
- a. Falta de Estacionamiento
- b. Retardo en atención

- c. Falta de conocimiento
- d. Falta de limpieza en el local
- e. Falta de higiene en el médico
- f. Mal trato*
- g. Falta de servicio(especifique)
- h. Precios altos
- i. Otro(especifique)

ANEXO 3



CLINICA Y ESTETICA VETERINARIA LAIKA

“SU MASCOTA, NUESTRO COMPROMISO”

- **LE OFRECE LOS SIGUIENTES SERVICIOS:**
- **CONSULTAS**
- **VACUNAS Y DESPARASITACIONES**
- **CIRUGÍAS**
- **ULTRASONIDO**

**PROMOCIÓN
EN SERVICIO DE ESTETICA
5% DESC EN
DESPARASITACIÓN**

SERVICIO DE ESTETICA INCLUYE:

- **CORTE DE PELO**
- **BAÑO CON AGUA TEMPLADA**
- **SECADO CON TOALLA Y AIRE TIBIO**
- **LIMPIEZA DE OJOS, OIDOS Y SACOS ANALES**
- **ADORNO Y LOCIÓN**

EL SERVICIO DE BAÑO INCLUYE LO MISMO EXCEPTO CORTE DE PELO

**Avenida Isaac Colin # 89 Frente a Soriana
Telefonos 58-79-56-92 y 0445528286175
Martes a Domingo de 10 am a 8 pm**

ANEXO 4

FORMATO PARA EL CONTROL DEL ÁREA DE COMPRAS

Proveedor _____ Orden de compra No. _____			
Datos del proveedor:			
Fecha del pedido: _____ Fecha de entrega: _____			
Tel. y Fax: _____			
Dirección: _____			
Cantidad	Concepto	Precio Unitario	Importe
		SUB TOTAL	
		IVA	
		TOTAL	

ANEXO 6



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO



FORMATO ÚNICO DE SOLICITUD

FO-DGOU-26

DIRECCIÓN GENERAL DE OPERACIÓN URBANA

PRESENTE

Folio:

<input type="radio"/> Subdivisión de Predios	<input type="radio"/> Dictamen de Impacto Regional	<input type="radio"/> *Cambio de: <input type="radio"/> Uso de Suelo <input type="radio"/> Densidad <input type="radio"/> Intensidad <input type="radio"/> Altura
<input type="radio"/> Fusión de Predios	<input type="radio"/> Perito Responsable de Obra	Especificar:
<input type="radio"/> Lotificación para Condominio	<input type="radio"/> *Licencia de Uso de Suelo	
<input type="radio"/> Relotificación de Predios	<input type="radio"/> *Cédula Informativa de Zonificación	

El que suscribe Representante legal de Propietario (a) de predio(s) con la(s) siguiente(s) superficie(s) en m². No. (s)

Ubicado(s) en Colonia ó Fraccionamiento Municipio Código Postal

Clave(s) Catastral(s) Uso Actual Superficie construida en m².

Número de lotes previstos Uso de suelo que se pretende Superficie prevista a construir en m².

Señalo como domicilio para oír y recibir notificación los estrados de esta oficina

Atentamente

Nombre y Firma

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN

FORMATO GRATUITO

Exclusivo para solicitud de Credencial de Peritos Responsables de Obra:

Nombre		Teléfono
Domicilio		Municipio
Profesión	Cédula Profesional	Correo electrónico
En caso de revalidación,		
No. de perito	Libro	Foja
		Fecha

Fecha:

ANEXO 7

MEDIDAS MINIMAS DE SEGURIDAD
EXTINTOR PQS Y/O CO2 (SEGUN NECESIDAD)
CARTA RESPONSIVA DE EXTINTOR
CARTA DE CAPACITACION DEL EXTINTOR (DC-3)
BOTILLO CON MATERIAL DE EXTINCCION
SEÑALIZACION DE RUTA DE EVACUACION
SEÑALAMIENTO DE SALIDA DE EMERGENCIA
PROGRAMA ESPECIFICO DE PROTECCION CIVIL
QUE HACER EN CASO DE SISMO E INCENDIO

SOLICITUD DE VERIFICACION

COACALCO EDO. MEX. A _____ DEL MES DE _____ DE 200__.

COORDINACION DE PROTECCION CIVIL Y
H. CUERPO DE BOMBEROS
CALLE IGNACIO ALLENDE ESQ. VIA JOSE LOPEZ PORTILLO
COL. CENTRO
COACALCO, ESTADO DE MEX.

PRESENTE

El que suscribe por mi propio derecho y voluntad, me dirijo a ustedes con la finalidad de solicitar su intervención ante quien corresponda, a efecto que se realice una inspección de medidas de seguridad y evaluación documental en mi negocio, con motivo de obtener el Visto Bueno de esa autoridad.

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO:

RAZON SOCIAL: _____

DOMICILIO: _____

POBLACION: _____

ACTIVIDAD PREPONDERANTE O GIRO: _____

NOMBRE DEL PROPIETARIO: _____

HORARIO DE TRABAJO: _____ TELEFONO: _____

Lo anterior en cumplimiento del Código de Procedimientos Administrativos del Estado de México en su artículo 113 y 116 del Código Administrativo del Estado de México, en su Libro Sexto, el Reglamento de Protección Civil del Estado de México, así como dar cumplimiento al Banco Municipal en su artículo 65.

Sin más por el momento quedo de usted.

NOMBRE Y FIRMA

ANEXO 8



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO



FORMATO ÚNICO DE SOLICITUD

FO-DGOU-26

DIRECCIÓN GENERAL DE OPERACIÓN URBANA

PRESENTE

Folio:

<input type="radio"/> Subdivisión de Predios	<input type="radio"/> Dictamen de Impacto Regional	<input type="radio"/> *Cambio de:	<input type="radio"/> Uso de Suelo	<input type="radio"/> Densidad	<input type="radio"/> Intensidad	<input type="radio"/> Altura
<input type="radio"/> Fusión de Predios	<input type="radio"/> Perito Responsable de Obra	Especificar:				
<input type="radio"/> Lotificación para Condominio	<input type="radio"/> *Licencia de Uso de Suelo					
<input type="radio"/> Relotificación de Predios	<input type="radio"/> *Cédula Informativa de Zonificación					

El que suscribe Representante legal de Propietario (a) de predio(s) con la(s) siguiente(s) superficie(s) en m².
 Ubicado(s) en No. (s)
 Colonia ó Fraccionamiento
 Municipio Código Postal
 Clave(s) Catastral(s)
 Uso Actual Superficie construida en m².
 Número de lotes previstos Uso de suelo que se pretende
 Superficie prevista a construir en m².

Señalo como domicilio para oír y recibir notificación los estrados de esta oficina

Atentamente

 Nombre y Firma

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN

FORMATO GRATUITO

Exclusivo para solicitud de Credencial de Peritos Responsables de Obra:

Nombre		Teléfono
Domicilio		Municipio
Profesión	Cédula Profesional	Correo electrónico
En caso de revalidación.		
No. de perito	Libro	Foja Fecha

Fecha: _____

ANEXO 9

H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE COACALCO DE BERRIOZÁBAL, ESTADO DE MÉXICO.

Manifestación para el pago del Impuesto sobre Anuncios Publicitarios

Coacalco de Berriozábal, Estado de México, a ____ de _____ del 20__

C. TESORERO MUNICIPAL
DE COACALCO DE BERRIOZÁBAL,
ESTADO DE MÉXICO.

En cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 24, 25, 47 fracciones I, II, V y VI con relación a los artículos 120 y 121 del Código Financiero del Estado de México y Municipios, bajo protesta de decir verdad, vengo a manifestar el Impuesto sobre Anuncios Publicitarios, causado por el (los) anuncio (s) publicitario (s), que ostento y/o exploto, instalados dentro del territorio municipal de Coacalco de Berriozábal, Estado de México, y que cuenta (n) con las siguientes características:

DATOS DEL CONTRIBUYENTE

NOMBRE :	
DOMICILIO:	
GIRO:	TELÉFONO:

MANIFESTACION DEL (LOS) ANUNCIO (S) PUBLICITARIO (S)

UBICACION DE LA INSTALACION DEL (LOS) ANUNCIOS PUBLICITARIOS:	
TIPO DE ANUNCIO (S):	
SUPERFICIE EN M2.:	
FECHA DE INSTALACION:	DEL: _____ HASTA: _____

CALCULO DEL IMPUESTO

TIPO/TARIFA	S.M.V.	SUPERFICIE	PERIODO	IMPUESTO

NOMBRE Y FIRMA DEL
CONTRIBUYENTE Y/O
REPRESENTANTE LEGAL

Se anexa croquis y/o fotografía del anuncio.
Nota: En caso de anuncios estructurales y/o espectaculares se exhibirá memoria de cálculo firmada por perito registrado.
La presente manifestación no limita las facultades de comprobación de la autoridad fiscal.