

90
2 ef.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

MERCADOTECNIA VETERINARIA

**"ELEMENTOS BASICOS DE MERCADOTECNIA EN
LA FABRICACION Y VENTA DE APARATOS
ORTOPEDICOS PARA PEQUEÑAS ESPECIES."**

TRABAJO DE SEMINARIO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA

P R E S E N T A :

JUAN JOSE REYES GONZALEZ

**ASESORES: MVZ. SERGIO CORTES Y HUERTA.
MVZ CARLOS MANUEL APPENDINI TAZZER.**

CUAUTITLAN IZCALLI. EDO. DE MEX.

1998

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

25-8733



Universidad Nacional
Autónoma de México

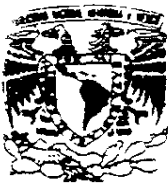


UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

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

DR. JAIME KELLER TORRES
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLAN
P R E S E N T E .

AT'N: ING. RAFAEL RODRIGUEZ CEBALLOS
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES-C.

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautilán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

Mercadotécnica Veterinaria
Elementos Básicos de Mercadotécnica en la
Fabricación y Venta de Aparatos Ortopédicos
para Pequeñas Especies.

que presenta el pasante: Juan José Reyes González
con número de cuenta: 8010042-9 para obtener el Título de:
Médico Veterinario Zootecnista

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

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

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautilán Izcalli, Edo. de México, a 22 de Noviembre de 19 97

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
<u>I</u>	<u>M.C. Luis Fernández Zorrilla</u>	<u>[Firma]</u>
<u>II</u>	<u>M.C. Antonio Ramón Herrera</u>	<u>[Firma]</u>
<u>IV</u>	<u>Tic. Aminta Silva Gómez</u>	<u>[Firma]</u>

A MARGARITA

MI MADRE, QUE CON SU AMOR, ALIENTO Y ESTIMULO ME HA SABIDO GUIAR EN LA VIDA.

A VICTOR Y EDUARDO

EN MEMORIA DE MI PADRE Y MI HERMANO.

A VICTOR, MARIA DE LA LUZ, PAULA, MARIA DE LOS ANGELES, JOSE LUIS, MARIA DOLORES Y MIGUEL ANGEL.

MIS HERMANOS POR SU APOYO Y COMPRESION.

A MI ESPOSA LORENA, A MIS HIJOS NAYELI, JAVIER Y EN ESPECIAL A MI HIJO POR NACER

QUIENES HAN SIDO MI FUERZA PARA CONTINUAR SUPERANDOME.

A MIS MAESTROS Y AMIGOS

POR AYUDAR EN MI FORMACION PERSONAL Y PROFESIONAL.

INDICE

INDICE

AGRADECIMIENTOS

I.- INTRODUCCION	1.
DESARROLLO	2.
MISION	4.
ORGANIGRAMA	5.
DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS	6.
II.-ANALISIS SITUACIONAL.	
A) ENTORNO EXTERNO	
ANÁLISIS SOCIOECONOMICO	11.
ANÁLISIS DE MERCADO	12.
OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS	14.
B) ENTORNO INTERNO	
MEZCLA DE MERCADOTECNIA	16.
C) ANÁLISIS DE LA EMPRESA	
FUERZAS Y DEBILIDADES	18.
III.- OBJETIVOS	21.
A) ESTRATEGIAS	
B) PLAN DE ACCION	
C) CRONOGRAMAS	
IV.- PRESUPUESTOS	26.
CONCLUSIONES	34.
ANEXOS	35.
BIBLIOGRAFIA	37.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la Medicina Veterinaria , la Clínica Quirúrgica puede ser de ciencia compleja, casi siempre tiene como objetivo el tratamiento de condiciones morbosas o correcciones de defectos contra las cuales no es suficiente el tratamiento médico.

Concretamente en lo que se refiere a las afecciones del sistema músculo-esquelético y en especial a problemas ortopédicos, por lo general son debido a accidentes , condiciones metabólicas y enfermedades hereditarias o congénitas que tienen la posibilidad de dejar lesiones o presentar recaídas.

Durante mucho tiempo los médicos veterinarios de pequeñas especies han tratado de encontrar la respuesta a preguntas y problemas que quedan por resolver relativo a la osteosíntesis. Aparecen en primer plano dos grandes cuestiones : Por una parte las indicaciones de osteosíntesis en tratamiento de las fracturas , y por otro lado la estabilización biomecánica óptima del hueso fracturado , osteotomizado o pseudo-artrosico.

La realización del tratamiento es posible a través de una osteosíntesis estable y duradera , es decir , estabilización de los fragmentos óseos durante el periodo de tiempo necesario para la consolidación de la fractura. Por estabilidad no solo entendemos la adaptación fragmentaria duradera, sino también la falta de movimientos microscópicos entre los fragmentos óseos.

Por otro lado existen fracturas que pueden ser fijadas o estabilizadas con tutores. Ejemplo: enclavado intramedular Kutscher.

Junto a las ventajas que representa un tratamiento post-operatorio funcional indoloro , estos métodos permiten reducir el tiempo de hospitalización, (de elevado costo) , así como acelerar la rehabilitación y en consecuencia la capacidad del trabajo del paciente.

Anteriormente, en forma general se inmovilizaba el miembro operado , mediante yeso de París y varias mezclas apropiadas impregnando el vendaje , tablillas de metal , cuero , cartón , madera o plástico.

Otro recurso con el cual se sostiene una parte lesionada o herida es la férula , las cuales están proyectadas para soportar el esfuerzo del hueso ; así como mantener en reposo y en contacto los extremos fracturados.

Dentro de las férulas , las más conocidas por su seguridad , fácil manejo y funcionalidad están las de Kirschner-Ehmer y la de Thomas.

La férula de Thomas es un aparato ortopédico externo que se utiliza en casos de fracturas , luxaciones , y en todas aquellas situaciones en las que es necesario mantener el o los miembros anteriores o posteriores, en completa inmovilidad en la especie canina y felina. Debido a la confección en el diseño de materiales de construcción , además de ser resistente y de poco peso , le confiere al paciente que la utiliza, mayor seguridad y estabilidad.

Gracias a estas características es factible que el médico veterinario de pequeñas especies (salvo contadas excepciones) , cambie sus métodos anticuados, ya poco efectivos y cada vez menos usados (yeso , tablillas , etc.).

Este recurso aunque no es nuevo , en México no ha tenido el auge necesario dentro de la ortopedia ; quizás debido a la idiosincrasia mexicana del " Siempre me ha funcionado " y por lo cual , temen al cambio , aunque el avance tecnológico se los marque.

Es muy probable que una empresa que se dedique a la fabricación de férulas y en general de aparatos ortopédicos tenga un futuro promisorio , esto se fundamenta en que las nuevas generaciones de Veterinarios, tienen la inquietud

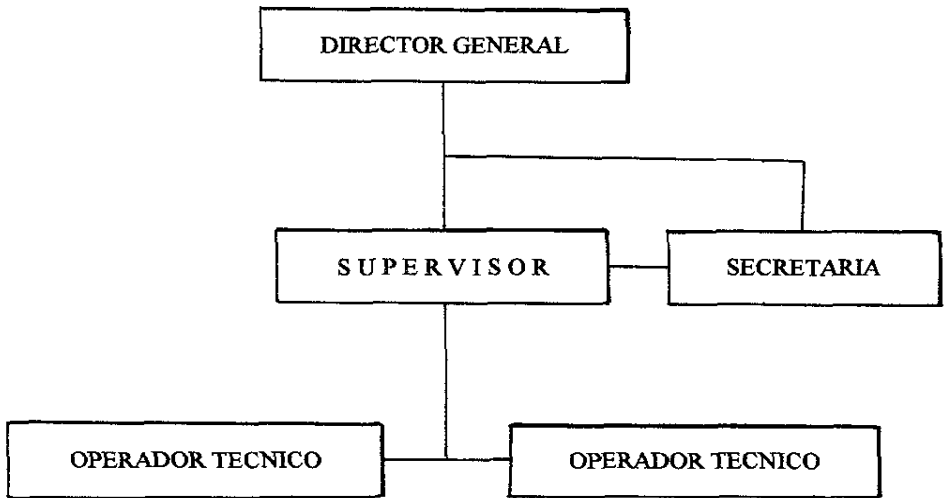
por lo nuevo , funcional y efectivo; los mismos avances tecnológicos le han creado la cultura de cambio; aunado a esto en las condiciones socioeconómicas actuales , las personas ven reflejado un mayor poder adquisitivo , con lo cual; si pueden pagar una consulta; también pueden hacerlo por la férula (incluida en el tratamiento), además el creciente número del parque vehicular en el Distrito Federal y zona metropolitana , aumenta el número de accidentes traumáticos principalmente en los caninos.

Considerando lo anterior, podemos afirmar que si el mercado de la Clínica de Pequeñas Especies , es analizado y bien delimitado sobre las necesidades del aparato ortopédico en cuestión; se obtendría un éxito al distribuirlo y comercializarlo; aunque la última palabra la tiene el mercado.

MISIÓN

Mejorar las opciones ortopédicas en caninos y felinos ofreciendo al Médico Veterinario alternativas terapéuticas que satisfagan las necesidades de confort , funcionalidad e higiene en la rehabilitación de estas especies.

O R G A N I G R A M A



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREAS DE RESULTADOS		
DEPARTAMENTO : <u>Dirección General</u>		TÍTULO DEL PUESTO : <u>Director General</u>
ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	PARAMETROS
Rentabilidad	Manejo efectivo de finanzas	Análisis del estado de Resultados
Administración del Negocio	Planeación anual Organizar los recursos humanos y materiales para el logro de los objetivos Controlar que los sistemas y procesos funcionen.	Desviación del plano original. Análisis del Estado de resultados y desviación en tiempo. Calidad y cantidad del producto
Viabilidad del Negocio	Elaborar manuales de procedimiento y checar que se lleven a cabo Controlar inversiones ,gastos costos y cobranzas Elaborar manual de procedimientos y checar que se lleve a cabo	Materia prima y pedidos acordes a la producción Análisis del flujo de efectivo. Producto Terminado.
Producción		

AREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES *	PARÁMETROS
Producción	Capacitar a los trabajadores	Calidad y cantidad del producto.
Supervisión	Diseño y supervisión en el proceso de troqueles, dobladores y aditamentos. Supervisar al supervisor.	Calidad en el producto terminado .
Comercialización	Prospectación búsqueda continua de clientes . Vender a distribuidores.	Calidad y cantidad en cada una de las etapas del proceso de producción
Servicio al Cliente	Distribución del Producto. Cobranza. Elaboración de políticas de venta Capacitación a vendedores . Asesoría y apoyo en la venta a los vendedores Dar cauce a los problemas por devoluciones y garantías	Incremento en ventas . Incremento en ventas. Entrega oportuna y calidad. Recuperación de la cartera . Incremento en ventas . Rotación efectiva del producto. Capatación de clientes.
		Disminución en las devoluciones y quejas .

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREAS DE RESULTADOS		
DEPARTAMENTO : <u>Producción</u>		TITULO DEL PUESTO : <u>Supervisor</u>
ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	PARÁMETROS
Producción.	Control sobre el proceso de producción. Checar la calidad de la materia prima y producto terminado. Realizar inventarios de materia prima y producto terminado.	Calidad y cantidad del producto. Disminución en las devoluciones e interrupciones en el proceso de producción. Cantidad de producto y materia prima acorde con los pedidos.
Supervisión.	Manejo , organización y control del trabajo y personal Checar que el manual de procedimiento se lleve a cabo.	Cantidad , calidad y desviación en tiempo. Cantidad y cantidad del producto terminado acorde con los pedidos .
Sueldos .	Efectuar el pago al personal	Disminución de interrupciones en el proceso de producción y administrativo.

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR ÁREAS DE RESULTADOS		
DEPARTAMENTO : <u>Administración.</u>		TITULO DEL PUESTO : <u>Secretaria</u>
ÁREAS DE RESULTADOS	RESPONSABILIDAD	DIRECCIÓN GENERAL
<p>Compras .</p> <p>Administrativa.</p> <p>Comercialización.</p>	<p>Hacer cuadros comparativos y realizar las compras de materia prima y material administrativo.</p> <p>Elaboración de manuales , documentos y papelería en general.</p> <p>Pago de servicios.</p> <p>Prospectación.</p> <p>Atención a clientes .</p> <p>Envío del producto al cliente.</p>	<p>Materia prima acorde a pedidos .</p> <p>Disminución de interrupciones en el proceso administrativo.</p> <p>Disminución de problemas en las diferentes áreas.</p> <p>Continuidad en los servicios.</p> <p>Incremento en ventas.</p> <p>Incremento en ventas y disminución en quejas.</p> <p>Entrega oportuna y calidad</p>

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS POR

ÁREAS DE RESULTADOS

DEPARTAMENTO : Producción

TITULO DEL PUESTO : Técnico operador.

ÁREAS DE RESULTADOS

RESPONSABILIDAD

DIRECCIÓN GENERAL

Producción.

Aplicación del manual de procedimiento en el proceso productivo.

Calidad y cantidad del producto

Inventariar el producto terminado y embarcarlo a tiempo.

Entregar oportuna y calidad

ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

La recuperación económica aún no incide en el nivel de vida de la población , la pérdida del poder adquisitivo es un indicador de la vulnerabilidad que persiste en el ámbito Socioeconómico.

El costo industrial provocado por el estallido de la crisis económica aún no se ha eliminado por completo; principalmente en las ramas más importantes. Además , la calidad de los empleos que se han generado en la economía en el último año y medio , es inferior a la de los que abrieron antes de la crisis de hace dos años , lo que impide revertir en menor tiempo , el retroceso en el nivel de la vida de la población.

No obstante , se pronostica que para fines del año en curso , las expectativas en inflación , crecimiento económico y tasas de interés se cumplirán de acuerdo con lo esperado por el mercado , con una ligera , pero controlable volatilidad en el tipo de cambio.

Se prevé que se cierre el año con una paridad de 8.50 por dólar y un crecimiento en el PIB de 5.24 % ; y aunque prevalece una falta de recuperación del poder adquisitivo de la población , la inflación promedio anual será de 16.56 %.

El gobierno federal advirtió que para 1998, la inflación estimada será de 12.5 %. Además , se espera la recuperación gradual y sostenida del salario, por medio de programas de capacitación y por primera vez en 20 años , se ofrece crear entre 800 y un millón de empleos. Además se prevé que el PIB alcanzará un 5.2 % y habrá un incremento en precios y tarifas del sector público y salarios , del orden de 5 y 12 % respectivamente.

ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado potencial en el D.F. y área metropolitana es de aproximadamente 1500 consultorios Veterinarios , dedicados a la pequeñas especies , si se considera que de esta cantidad 600 utilizan los servicios de un laboratorio clínico , como apoyo en su diagnóstico y práctica profesional; podemos inferir que el mercado disponible se acerca a esta cantidad (600), debido a que el uso de aparatos ortopédicos y en especial el de la Férula de Thomas , está directamente ligado al empleo de radiografías como apoyo del diagnóstico clínico.

Es de suponerse que una parte de los Médicos Veterinarios cuentan con su equipo de rayos X , y por lo mismo; no utilizan los servicios del laboratorio clínico al menos en este renglón . Por el contrario n gran número de Médicos Veterinarios no se apoyan en estos servicios , para llegar a un diagnóstico certero y más profesional ; por lo mismo , podemos asumir que el mercado disponible puede acrecentarse en un 50 % ; es decir , contamos con 900 consultorios como mercado disponible.

Los resultados de un ensayo sobre la actividad clínica (Médica y Quirúrgica), de una clínica Veterinaria , nos habla de un 82 % de pacientes de la especie canina , un 17 % de la especie felina y un 2 % correspondiente a varios; de estos nos interesa en particular la especie canina de la cual también obtenemos el dato de un 7.23 % , presento afecciones del Sistema Músculo-Esquelético , dentro de los cuales el 33 % aproximadamente corresponde a problemas , en los cuales es factible el uso de aparatos ortopédicos y en especial la Férula de Thomas.

En México no se conoce algún fabricante de Férulas de Thomas , las que se encuentran en el país , provienen del extranjero (U.S.A.) , y no se sabe de algún distribuidor , mayorista o menorista que se encargue de la introducción de dicho aparato. Debido a lo anterior podemos afirmar; que contamos con un mercado virgen , el cual tiene necesidad de este producto y con la vialidad de una venta efectiva.

Considerando lo anterior podemos decir que nuestro mercado meta corresponde al 10 % de nuestro mercado disponible con una tendencia a incrementarse conforme se logre la aceptación del producto.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

AREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
ECONÓMICO		
Tratado de libre comercio	Los precios son en dólares , difícilmente se importaría producto del extranjero	Permite la entrada de producto de importación al país (y de la competencia).
Devaluaciones		La fluctuación del peso provoca un incremento o disminución en el precio de la materia prima y por lo mismo al precio del producto.
Poder Adquisitivo	El nivel de vida de una parte de la población impide que se genere un gasto para una cirugía mayor y por ende se utilice la férula	La pérdida del poder adquisitivo de las personas provoca que no se destine un gasto hacia los animales .
Tendencias Económicas	La recuperación económica en la actualidad va en aumento lo que permitirá una mayor inversión por parte de los clientes.	El sistema económico mostró Fragilidad ante la influencia externa y por lo mismo algunas oportunidades se revertirían
MERCADO		
Abastecimiento		El precio del material esta sujeto a la paridad peso dólar.
Pirateo Industrial		Es de fácil reproducción
Tendencia de consumo	El producto no se conoce y no se ha dado un apoyo y difusión al uso y aplicación del mismo	No se sabe en que forma reaccione el mercado a lo nuevo .

ANÁLISIS DEL ENTORNO

AREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
MERCADO		
Vías de Comunicación.	El mercado Meta , Disponible y potencial están ubicados en el área metropolitana.	
NORMATIVIDAD		
Miscelánea Fiscal		Será necesario contratar los servicios de un Contador publico para la realización de ésta y otras funciones .
Legal	Protección del producto gracias a la patente Disminución de ISR (impuesto Sobre la Renta) en caso de aceptarse las reformas fiscales propuestas por la representación de empresarios	Patentar el Producto (Burocracia) Es necesario dar de alta la empresa ante la Secretaria de Hacienda.(Burocracia)
SOCIAL		
Idiosincrasia	Una vez convencido el prospecto , él mismo recomendará el producto	Es difícil convencer a una persona para que use un producto nuevo y que cambie su viejo método
Tendencia Demográfica	El crecimiento demográfico trae consigo un incremento en la población canina	
PROFESIONAL		
Especialidad	Se puede especializar en el área Existe un numero elevado de MVZ que desconoce el uso del producto Las nuevas generaciones ven con agrado las innovaciones	Se desconoce el área de ortopedia Existen pocos especialistas en esta área.

ENTORNO INTERNO (Mezcla de Mercadotecnia)

El lugar donde se fabricarán los aparatos ortopédicos , se encuentra localizado en el Distrito Federal , en la calle Norte 82 A # 5419 en la colonia Gertrudiz Sánchez , dentro de la Delegación Gustavo A. Madero.

El lugar se encuentra acondicionado como taller para la fabricación de muebles el lámina de acero inoxidable. Cuenta con instalación eléctrica trifásica propia para las tareas allí desempeñadas; además de esmeril , roladora , taladro de columna , planta de soldar , tanques y equipo para soldadura autógena y herramientas para el trabajo de acero.

El taller cuenta con teléfono y se ubica cerca de avenidas que desembocan hacia los cuatro puntos cardinales , por lo cual , se facilita la distribución.

Actualmente laboran en el taller cuatro personas , de las cuales , tres son técnicos y la cuarta es una secretaria. Además , se cuenta con un automóvil para realizar trabajos, varios.

En lo que se refiere a nuestro producto , ya de entrada tiene ventajas ... y características que le permitirán colocarse en el gusto del cliente; algunas de ellas como la resistencia y el hecho de estar elaborada de un material ligero , lo cual le confiere una facilidad de uso , tanto para el usuario (perros), como de manejo para el Médico Veterinario. Además aumenta la seguridad y confianza tanto del cliente como del Médico Veterinario , lo que se logra al poder observar la evolución de la lesión objeto de la inmovilización y en caso de herida nos permite realizar las curaciones necesarias sin que por esto se retire el aparato.

La función general y más importante de la Férula es la inmovilización del miembro y más específicamente de la parte afectada de este. Considerando que el paciente puede intentar caminar , se le ha adicionado al aparato un revestimiento de caucho en la parte inferior , (A) , la cual esta en contacto con el piso; este aditamento permite un mejor agarre de la Férula al piso en caso de que se utilice como muleta.

¹ El aparato en cuestión tiene una presentación en cuatro tamaños a saber: chica , mediana , grande y extragrande; las medidas están en función a estándares raciales de los diferentes tipos de perros; para esto no se consideraron los perros de juguete o toys ni perros muy grandes y pesados.

Además la Férula cuenta con una parte (correderas) que nos permite ajustar (B), el tamaño mediante el deslizamiento de las varillas (C).

Por otro lado , debido a que nuestro producto es nuevo e innovador; se ofrecerá en promoción , lo cual consiste en adicionar una refacción de la parte de la Férula que más se gasta por el contacto con el suelo , dicha parte (D) tiene una vida media de 15 a 30 días dependiendo el problema del paciente. En forma general podemos decir que esta refacción le permitirá al Médico Veterinario utilizar la Férula en un mínimo de dos ocasiones , lo que le permite recuperar su inversión desde la primera consulta.

En lo que respecta a la plaza , se proyecta la prospectación de un mínimo de seis distribuidores de farmacias y consultorios Veterinarios de los cuales se elegirán tres candidatos para comercializar nuestro producto ; de estos sólo quedarán los dos mejores e inclusive se pensará en ceder cierta exclusividad en la distribución.

La contratación de vendedores no se contempla sino a largo plazo y por el momento la función la desempeñará el director general.

De antemano se sabe que tenemos que manejar un precio acorde al mercado; es decir, un precio que compita con los precios de las férulas antiguas de yeso; pero guardado las distancias y que a la vez ; este al alcance de las posibilidades de los dueños de los perros.

Se establecerán precios de mayoreo y menudeo , por paquete ó individual esto , considerando que pueden llegar a pedir productos a la empresa o al mismo director o empleados.

¹ (A) (B) (C) (D) Ver anexo I

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

ÁREAS DE GESTIÓN	FUERZAS	DEBILIDADES
COMERCIALIZACIÓN		
Calidad Producto Servicio	Se cuenta con buena calidad en la materia prima y el producto terminado . Se plantea en función a la experiencia que se tiene en el área de ventas , ofrecer un servicio de calidad .	
Posición de Precio.	El precio necesariamente debe ser costeable para el cliente.	No se tiene un parámetro para definir el precio.
Publicidad y Promoción	Se tiene planteada una promoción con el cual se espera una mayor aceptación del producto.	Será necesaria la elaboración de instructivos por cada producto terminado y posible explicación demostrativa para el uso del mismo.
Distribución	Se conocen distribuidores de farmacias y consultorios veterinarios de pequeñas especies	Será necesario capacitar a los vendedores del distribuidor . Se tendrá que negociar un crédito que beneficie a ambos.
Tamaño de la Clientela	Se tiene un mercado virgen El cliente tiene necesidad del producto .	No se tiene capacidad para abarcar todo el mercado y por lo mismo se utilizará a los distribuidores
Crecimiento de la Clientela	En la medida en que se conozca el producto y su uso la clientela tendra a aumentar.	
Fuerza de Ventas.		Se depende de la fuerza de ventas del distribuidor .
a	Se tiene experiencia en el área de ventas .	Únicamente se cuenta con vendedor en el negocio.

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

AREAS DE GESTIÓN	FUERZAS	DEBILIDADES
Conocimiento del Cliente	El ser M.V.Z puede ayudar a conocer las necesidades de los clientes .	Se desconoce la reacción a lo nuevo
MANUFACTURA		
Capacidad Instalada/Utilizada	Se cuenta con un taller y maquinaria para la elaboración de los productos	Será necesario adquirir algunos aparatos
Calidad de Equipo		El equipo se encuentra en malas condiciones y es necesario darles mantenimiento .
Organización de Producción	Se tiene experiencia y el personal adecuado .	
Relación de Proveedores	Se cuenta con buena cartera de proveedores y se tiene una relación comercial aceptable.	
Abastecimiento	Los proveedores conocidos llevan el material a domicilio a tiempo	
Ingeniería Mecánica	Se tiene experiencia y conocimientos en el área	
Control de Calidad	Esta contemplado un sistema de control de calidad	
Calidad de los Empleados	Se conoce su capacidad de trabajo y son confiables , (Son familiares)	
Actitud y Motivación	El trabajo se guiará como un negocio en el cual se plantea el Gana-Gana	

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

ÁREAS DE GESTIÓN	FUERZAS	DEBILIDADES
ADMINISTRACION		
Calidad del Sistema	Se tienen conocidos con conocimientos en el área	Se desconoce el área
Director/Gerente/ Supervisor	El puesto de supervisor lo asignaremos a la persona mas responsable y con más conocimientos en el área.	En el dueño recaerán varios puestos .
Comunicaciones	Se tiene teléfono y un automóvil	Es necesario un Fax y una computadora
Nivel Técnico Producto/Servicio	Se tiene capacidad para producir y dar servicio	
Diseño y Desarrollo de Productos	Se tiene experiencia en la planeación, diseño y desarrollo de producto.	
Diseño y Desarrollo de Procesos	Se tiene experiencia en supervisión	
Mejora de Productos	El conocimiento de ingeniería mecánica permitirá la mejora continua de los productos e , innovaciones	
Problemas Técnicos	Se tiene experiencia en mantenimiento industrial	
FINANZAS		
Nivel de Endeudamiento		Se tiene programado pedir prestado a bancos y/o particulares.
Capacidad para Aumentar el Capital Social	Esta planeado a mediano plazo	
Estabilidad Financiera	Se cuenta con una buena estabilidad aunque no para inversión de arranque	

ÁREA DONDE SE ESPERAN RESULTADOS	FECHA		
Mercado y Ventas	Enero y Febrero de 1998		
OBJETIVO: 1).- Difundir el uso del producto entre 1500 Médicos Veterinarios que comprenden el mercado potencial en los dos primeros meses de iniciado el negocio.			
ESTRATEGIAS: 1.1).- Elaboración de trípticos y distribución de los mismos a los posibles clientes. 1.2).- Desarrollando un sistema de capacitación adecuado a la fuerza de ventas de los distribuidores .			
PLAN DE ACCIÓN	FECHA	RESPONSABLE	
	INICIO	TERMINO	
1.1.a).-Diseñar , dibujar y redactar la información que deberá contener el tríptico. 1.1.b).-Mandar a imprimir el tríptico.	2-1-98	4-1-98	Gte. General
1.1.c).-Enviar al distribuidor los trípticos . 1.1.d).-Checar que el tríptico se distribuya a los posibles clientes.	5-1-98	8-1-98	Secretaria
1.2.a).-Identificación de sus necesidades de capacitación.	9-1-98	9-1-98	Secretaria
1.2.B).-Emplear material e información sencilla , clara y comprensible durante el curso ; así como , maniqués.	Constante	Constante	Gte. General
	5-1-98	9-1-98	Gte. General
	5-1-98	9-1-98	Gte. General

ÁREA DONDE SE ESPERAN RESULTADOS	FECHA		
<p>Mercado y Ventas</p>	<p>Enero a Junio de 1998</p>		
<p>OBJETIVO:</p> <p>2).-Captar el 50% del mercado disponible en un periodo de seis meses a partir de Enero de 1998 . (mercado disponible igual a 900 Veterinarios)</p>			
<p>ESTRATEGIAS:</p> <p>2.1).-Establecer planes promocionales de ventas que sean atractivos al cliente 2.2).-Brindar asesoría de apoyo a la fuerza de ventas de los distribuidores. 2.3).-Organizar concursos de ventas e incentivar a los vendedores de los distribuidores.</p>			
PLAN DE ACCION	FECHA		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
<p>2.1.a).-Ofrecer una refacción extra gratis en cada producto. 2.2.b).-Acompañar a los vendedores que lo requieran con la finalidad de reforzar la venta mediante apoyo técnico. 2.3.c).-Establecer premios económicos trimestrales</p>	<p>2-1-98</p> <p>Constante</p>	<p>27-II-98</p> <p>Constante</p>	<p>Gte General</p> <p>Gte General</p>
	<p>2-1-98</p>	<p>30-VI-98</p>	<p>Gte . General Gte. de Ventas del distribuidor</p>

ÁREA DONDE SE ESPERAN RESULTADOS	FECHA		
Promoción y Ventas	Enero a Diciembre de 1998		
OBJETIVO:	3).-Promover el uso del producto en las asociaciones de Médicos Veterinarios especialistas en pequeñas especies en el área metropolitana , durante el periodo Enero a Diciembre de 1998.		
ESTRATEGIAS:	3.1).-Ofrecer a cada asociación el 2% sobre la venta de cada producto adquirido por mediación de ésta 3.2).-Asistir a las conferencias , cursos y seminarios de especialistas en el área de ortopedia y proporcionar ofertas en precio y bonificación.		
PLAN DE ACCIÓN	FECHA		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
3.1.a).-Contactar con Médicos Veterinarios de renombre y socios de estas asociaciones con miras a obtener su apoyo	Constante	Constante	Gte. General
3.1.b).-Negociar con el o los Médicos Veterinarios encargados de las finanzas de las asociaciones .	Constante	Constante	Gte. General
3.2.a).- Informarse de los programas de las conferencias , cursos y seminarios además de programar agenda.	Constante	Constante	Gte. General Secretaria
3.2.b).-Negociar con los ponentes y organizadores de las asociaciones	Constante	Constante	Gte. General

ÁREA DONDE SE ESPERAN RESULTADOS	FECHA		
Administrativa , Producción y Ventas	Enero a Diciembre de 1998		
OBJETIVO: 4) -Establecer un sistema administrativo durante el año 1998, que nos permita mejorar el funcionamiento en las áreas de administración, producción diseño y planeación.			
ESTRATEGIAS: 4.1) -Adquisición de una computadora y un Fax en el primer semestre de 1998 4.2) - Investigar cuales son los sistemas y versiones más idóneas y adquirirlas en paquete con la computadora. 4.3) - Implementar manuales de procedimiento en las áreas de administración y producción.			
PLAN DE ACCIÓN	FECHA		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
4.1.a).-Formar cuadros comparativos de proveedores y seleccionar el mejor en precio, y servicio de mantenimiento.	1-IV-98	15-IV-98	Secretaria
4.1.b).-Recibir la capacitación para el uso de la computadora.	15-IV-98	30-IV-98	Secretaria
4.2.a).-Contactarse con especialistas y pedir asesoramiento.	1-IV-98	15-IV-98	Secretaria
4.2.b).-Elaborar manuales de procedimiento en el área de administración y producción.	2-I-98	8-I-98	Gte. General Gte. General Secretaria

ÁREA DONDE SE ESPERAN RESULTADOS		FECHA	
Producción y Planeación		Junio a Noviembre de 1998.	
OBJETIVO:			
5).- Desarrollar un nuevo aparato ortopédico (como mínimo) ó la modificación (mejora) de otro existente en un periodo de un año.			
ESTRATEGIAS:			
5.1).- Investigar y analizar las alternativas existentes en el mercado nacional e internacional referente a aparatos ortopédicos.			
5.2).-Aplica la tecnología de lo obvio , mejorando productos existentes nacionales y/ó importados.			
5.3).-Diseñar nuevos aparatos y/ó accesorios , partiendo de la recopilación de experiencias , opiniones y necesidades de los clientes.			
PLAN DE ACCIÓN	FECHA		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
5.1.a).-Consultar y comprar literatura especializada en la materia .	Constante	Constante	Gte. General
5.2.b).-Consultar y pedir información en la Internet.	Constante	Constante	Gte. General
5.2.a).-Desarrollar el producto aplicando los conocimientos propios en esta área.	2-XI-98	30-XI-98	Gte. General Supervisor
5.2.b).-Aprovechar la fuerza de ventas del distribuidor , para obtener información del cliente mediante cuestionarios.	Constante	Constante	Gte. General Gte. Ventas del distribuidor

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

PESOS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOV	DIC.	TOTAL
TERRENO *	50000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50000
CONSTRUCCION *	90000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	90000
TELEFONO *	2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2000
COMPUTADORA *	0	0	0	10000	0	0	0	0	0	0	0	0	10000
FAX	0	0	0	2000	0	0	0	0	0	0	0	0	2000
TALADRO DE COLUMNA *	7000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7000
ESMERIL *	800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	800
PLANTA DE SOLDAR *	1200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1200
SIERRA ELECTRICA *	2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2000
MESA BANCO *	600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	600
TROQUEL DOBLADOR *	2000	0	0	0	0	2000	0	0	0	0	0	0	4000
AUTOMOVIL *	25000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25000
HERRAMIENTA *	1000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1000
SILLAS (5)	700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	700
ESCRITORIOS	4000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4000
LIBRERO	700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	700
ARCHIVERO	1500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1500
PIZARRON	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500
TOTAL	199800	0	0	12000	0	2000	0	0	0	0	0	0	213800

* En Activos

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION

PESOS

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SUELDO	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	120000
PRESTACIONES 30%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TELEFONO	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	480
LUZ	350	0	350	0	350	0	350	0	350	0	350	0	2100
GASOLINA	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
FLETES	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
ASESORIAS FISCAL	300	0	300	0	300	0	300	0	300	0	300	0	1800
VIATICOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LICENCIAS*	3200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	540	3740
SERVICIOS AUTOMOVIL	1500	0	0	0	0	1500	0	0	0	0	0	1500	4500
LIMPIEZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PAPELERIA	1000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1000	0	2000
REPARACIONES	200	0	0	0	0	200	0	0	0	0	0	0	600
TRIPTICO PAPEL	3600	0	0	3600	0	0	6500	0	0	0	0	0	13700
TOTAL	21250	11100	11750	14700	11750	12800	18250	11100	11750	11100	12750	13340	161640

*PATENTE
Periodo comprendido del 1ero de Enero al 31 de Diciembre de 1998

PRESUPUESTO DE COSTOS DE MATERIA PRIMA

PESOS

PRODUCTO SERVICIO	PRECIO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPT		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE			
		UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR		
PRESENTACIONES	21.77	90	2187	90	2187	90	2187	135	3208	135	3208	90	3208	90	2159	90	2159	90	2159	90	2159	90	2159	90	2159	90	2159
FERULA CHICA		90	2187	90	2187	90	2187	180	4374	180	4374	180	4374	180	4374	180	4374	180	4374	180	4374	180	4374	180	4374	180	4374
FERULA MEDIANA		90	12060	90	12060	90	12060	180	4999	180	4999	180	4999	180	4999	180	4999	180	4999	180	4999	180	4999	180	4999	180	4999
FERULA	29.35	90	2641	90	2641	90	2641	135	3962	135	3962	90	3962	90	2641	90	2641	90	2641	90	2641	90	2641	90	2641	90	2641
EXTRACTOR GRANDE		360	9466	360	9466	360	9466	630	16444	630	16444	630	16444	630	16444	630	16444	630	16444	630	16444	630	16444	630	16444	630	16444
(1) 7																											
REFACCION CHICA	2.09					180	376	180	376	180	376	180	376	180	376	180	376	180	376	180	376	180	376	180	376	180	376
REFACCION MEDIANA	2.48					180	446	180	446	180	446	180	446	180	446	180	446	180	446	180	446	180	446	180	446	180	446
REFACCION GRANDE	7.5					180	1308	180	1308	180	1308	180	1308	180	1308	180	1308	180	1308	180	1308	180	1308	180	1308	180	1308
REFACCION	7.1					180	1278	180	1278	180	1278	180	1278	180	1278	180	1278	180	1278	180	1278	180	1278	180	1278	180	1278
EXTRACTOR GRANDE						720	3108	720	3108	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363
SUBTOTAL						720	3108	720	3108	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363	1080	4363
(2) W																											
REFACCION CHICA	4.87	90	356	90	344	90	346	180	731	180	731	225	916	225	916	225	916	225	916	225	916	225	916	225	916	225	916
REFACCION MEDIANA	4.35	90	391	90	391	90	391	180	781	270	1174	360	1566	360	1566	360	1566	360	1566	360	1566	360	1566	360	1566	360	1566
REFACCION GRANDE	6.21	90	559	90	559	90	559	180	1118	270	1877	360	2335	360	2335	360	2335	360	2335	360	2335	360	2335	360	2335	360	2335
REFACCION	6.9	90	626	90	626	90	626	180	1235	180	1235	225	1566	225	1566	225	1566	225	1566	225	1566	225	1566	225	1566	225	1566
EXTRACTOR GRANDE		360	1442	360	1442	360	1442	720	3487	900	4917	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284
SUBTOTAL						360	1442	360	1442	900	4917	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284	1170	6284
TOTAL			11483		11483		14316		23392		24489		37941		24900		25000		25000		25000		25000		25000		25000

Periodo Comprendido del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 1998

(1) Y (2) VER ANEXO 1

PRESUPUESTO DE COSTOS DE MANO DE OBRA

PESOS

PRODUCTO SERVICIO	PRECIO		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPT		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		
	UNITARIO	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	UNIDA	VALOR	
PRESENTACION	21.50	90	2367	135	4890	135	3450	135	3450	135	3450	135	2567	135	2567	135	2567	135	2567	135	2567	135	2567	135	2567	135	2367
PERILLA CHICA	25.15	90	2254	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249	180	3249
PERILLA MEDIANA	29.33	90	2639	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958	180	3958
PERILLA GRANDE	37.21	90	3170	90	4155	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755	135	4755
EXTRAGRANDE		360	11360	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832	360	10832
SUBTOTAL																											
(1) ?																											
REFACCION CHICA	2.50	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450	180	450
REFACCION MEDIANA	2.97	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535	180	535
REFACCION GRANDE	6.71	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210	180	1210
REFACCION	8.53	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394	180	1394
EXTRAGRANDE		720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789	720	3789
SUBTOTAL																											
(2) N. OBRA																											
REFACCION CHICA	4.88	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439	90	439
REFACCION MEDIANA	5.44	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490	90	490
REFACCION GRANDE	7.45	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671	90	671
REFACCION	8.53	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751	90	751
EXTRAGRANDE		360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310	360	2310
SUBTOTAL																											
TOTAL																											

(1) Y (2) VER ANEXO 1 Periodo Comprendido del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 1998

NO SE PUEDE VER
SALIR DE LA BIBLIOTECA

PRESUPUESTO DE VENTAS

PESCS

PRODUCTO SERVICIO	PRECIO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPT		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE			
		UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR		
PRESENTACION FERULA CHICA	115	90	103260	90	103260	90	103260	135	133275	135	133275	135	133275	90	103260	90	103260	90	103260	90	103260	90	103260	90	103260	90	103260
FERULA MEDIANA	118	90	106200	90	106200	90	106200	180	212400	180	212400	180	212400	180	212400	180	212400	180	212400	180	212400	180	212400	180	212400	180	212400
FERULA GRANDE	124	90	126600	90	126600	90	126600	180	223200	180	223200	180	223200	180	223200	180	223200	180	223200	180	223200	180	223200	180	223200	180	223200
FERULA EXTRAORDINARIA	142	90	127800	90	127800	90	127800	135	191700	135	191700	135	191700	90	127800	90	127800	90	127800	90	127800	90	127800	90	127800	90	127800
SUBTOTAL		360	457800	360	457800	360	457800	618	805275	618	805275	618	805275	540	647700	540	647700	540	647700	540	647700	540	647700	540	647700	540	647700
(1) ?																											
REFACCION CHICA	5			180	900	180	900	180	900	180	900	180	900	180	900	180	900	180	900	180	900	180	900	180	900	180	900
REFACCION MEDIANA	6			180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080	180	1080
REFACCION GRANDE	7			180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160	180	1160
REFACCION EXTRAORDINARIA	17			180	980	180	980	180	980	180	980	180	980	180	980	180	980	180	980	180	980	180	980	180	980	180	980
SUBTOTAL				720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720
(2) w																											
REFACCION CHICA	20			90	1800	90	1800	90	1800	90	1800	90	1800	225	4500	225	4500	225	4500	225	4500	225	4500	225	4500	225	4500
REFACCION MEDIANA	21			90	1890	90	1890	90	1890	90	1890	90	1890	160	3600	160	3600	160	3600	160	3600	160	3600	160	3600	160	3600
REFACCION GRANDE	30			90	3600	90	3600	90	3600	90	3600	90	3600	360	10800	360	10800	360	10800	360	10800	360	10800	360	10800	360	10800
REFACCION EXTRAORDINARIA	4			90	360	90	360	90	360	90	360	90	360	225	1800	225	1800	225	1800	225	1800	225	1800	225	1800	225	1800
SUBTOTAL				360	9450	360	9450	360	9450	360	9450	360	9450	1170	30510	1170	30510	1170	30510	1170	30510	1170	30510	1170	30510	1170	30510
TOTAL					69480		69480		136155		136155		136155		121095		121095		194420		194420		194420		194420		194420

(1) Y (2) VER ANEXO I Periodo Comprendido del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 1998

PRESUPUESTO DE COBRANZA

PRODUCTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAYO	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Ferulas.(4)	0	45790	45790	45790	80055	80055	80055	68470	68470	68470	68470	68470	719885
Refacción (?) (1)	0	0	0	7200	7200	7200	10440	10440	10440	10440	10440	10440	84240
Refacción (w) (2)	0	0	0	9450	18900	23490	30510	30510	30510	30510	30510	30510	234900
TOTAL	0	45790	45790	62440	106155	110745	121005	109420	109420	109420	109420	109420	1039025

(1) (2) Ver anexo I

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO

pesos

CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC
SALDO (1) BANCOS	242400	46252	57844	54549	64046	102580	138272	128533	304047	346723	390049	431725
INGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COBRANZA	0	47790	47790	62440	106155	110745	121005	109420	109420	109420	108420	109420
CREDITOS	50000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA BANCOS	242400	94042	105634	116989	168201	213325	259277	237953	413467	456143	499469	541145
INGRESOS												
EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS	21250	11100	11750	14700	11750	12800	18250	11100	11750	11100	12750	13340
COSTOS	25098	25098	31935	28243	53871	60253	54994	54994	54994	54994	54994	54994
INVERSIONES	199800	0	0	12000	0	2000	50000	0	0	0	0	0
INTERESES	0	0	0	0	0	0	7500	0	0	0	0	0
SUMA DE EGRESOS	246148	36198	51085	54993	65621	75053	130744	66094	67744	66094	67744	68334
SALDO	46252	57844	54549	62046	102580	138274	128533	304047	346723	390049	431725	472811

(1) 192400 pesos en activos
50000 pesos en efectivo

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

PESOS

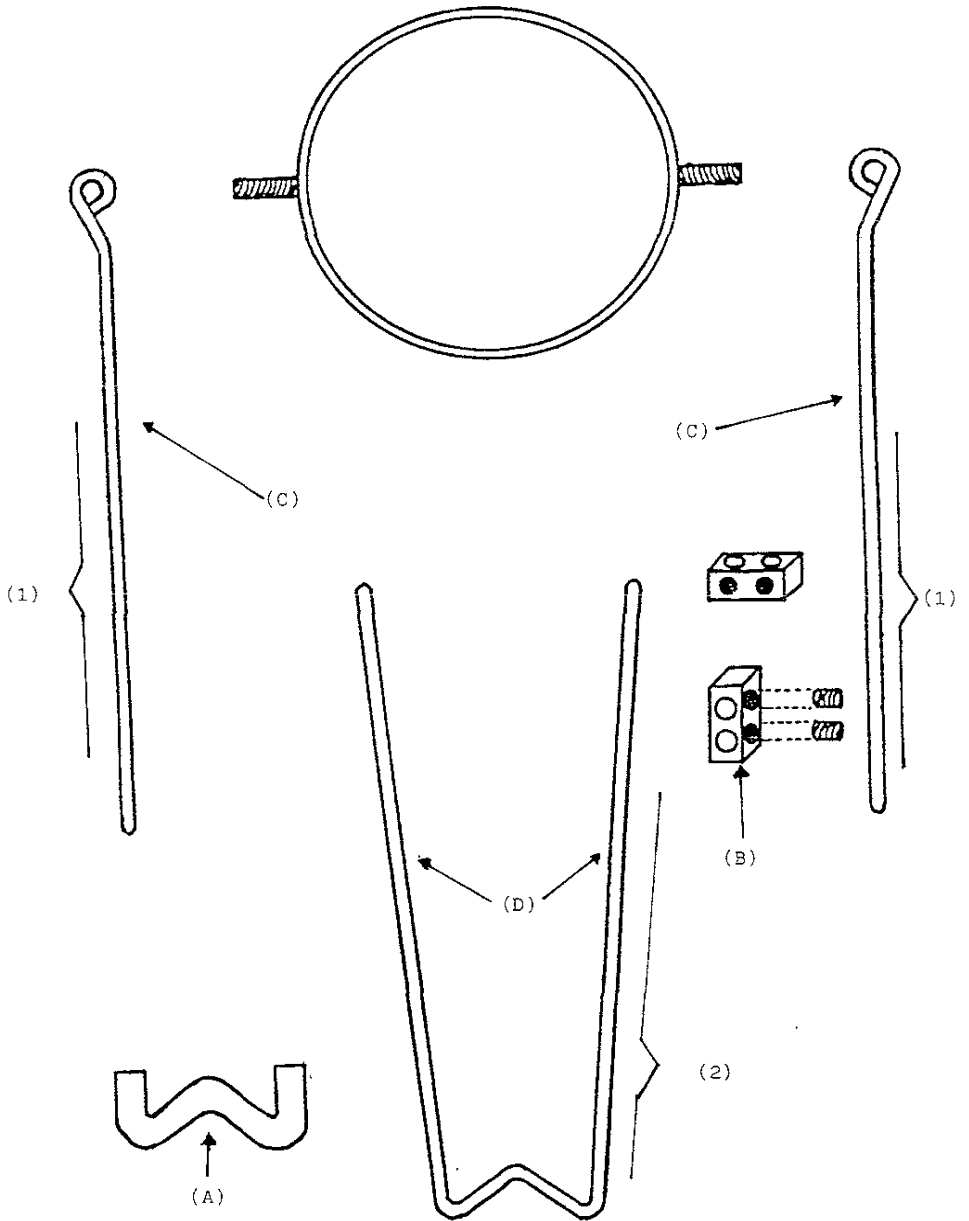
CONCEPTO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
VENTAS	45790	45790	62440	106155	110745	121005	109420	109420	109420	109420	109420	109420	1148445
SERVICIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA													
MENOS													
COSTO VENTAS	25098	25098	31935	28243	53871	60253	54994	54994	54994	54994	54994	54994	554462
COSTO DE SERVICIO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA													
IGUAL													
UTILIDAD BRUTA	20692	20692	30505	77912	56874	60752	54426	54426	54426	54426	54426	54426	593983
MENOS													
GASTOS VENTAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUMA													
IGUAL													
GASTOS DE ADMON.	21250	11100	11750	14700	11750	12800	18250	11100	11730	11100	12750	13340	161640
SUMA													
IGUAL													
RESULTADO DE OPERACION	-558	9592	18755	63212	45124	47952	36176	43326	42676	43326	41676	41086	432343
%SOBRE VENTA	-1.22%	20.94%	30.03%	59.54%	40.47%	39.62%	33.06%	39.59%	39.00%	39.59%	38.08%	37.54%	37.63%
MENOS													
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	57500	0	0	0	0	0	57500
SUMA													
IGUAL													
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	-558	9592	18755	62212	45124	47952	-21324	43326	42676	43326	41676	41086	374843
%SOBRE VENTA	-1.22%	20.94%	30.03%	59.51%	40.74%	39.62%	-19.48%	39.59%	39.00%	39.59%	38.08%	37.54%	32.63%

CONCLUSIONES

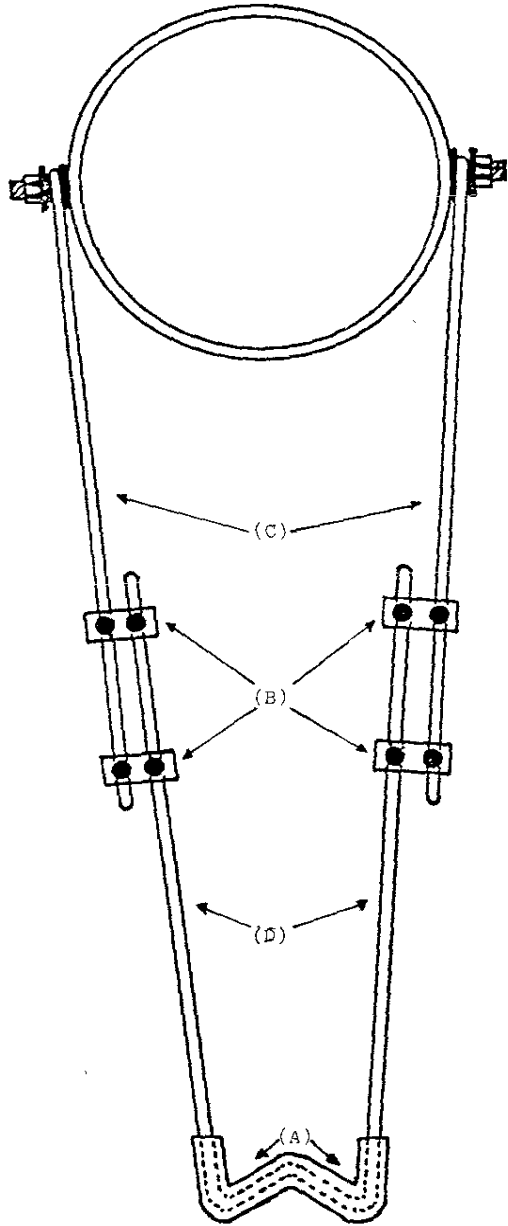
Tomando como base los resultados del proyecto, podemos concluir que la elaboración y venta de aparatos ortopédicos (férulas) es viable mercadologicamente hablando.

La empresa puede superar la rentabilidad estimada en los resultados hasta en un 15% conforme se logre el posicionamiento del producto.

Como resultado de nuestros presupuestos , vemos reflejado un precio de venta accesible al público y conveniente al Médico Veterinario.



ANEXO I



ANEXO I

BIBLIOGRAFIA

- 1).- A Guide to Canine and Feline Orthopaedic Surgery.
Hamish R. Denny Blackwell Scientific Publications 3a. Edic. 1993.
- 2).- Estrategias de Harvard. Elementos Clave en la Administración de la Mercadotecnia.
Edit. PROMEXA Tomo V México , 1987. 131 pag.
- 3).- Estrategias de Harvard. Innovación y Nuevas Tendencias En la Mercadotecnia.
Edit . PROMEXA Tomo VI México , 1987. 131 pag.
- 4).- Ganadores del MaxiMarketing.
Stan Rapp/ Tom Collins; Edit. Mc Graw-Hill Interamericana de México S.A. de C.V. México 1994. 353 pag.
- 5).- Handbook Of Small Animal Orthopaedics Surgery And Fracture Treatment.
Wade O. Brinker , Donald L. Piermattei , Gretchen L. Flo.
Edit .W.B. Saunders Company . 2a. Edic. 582 pag.
- 6).- Investigación de Mercados . Texto y Casos .
H.W. Boyd jr. /R. Westfall; edit. UTEHA, México 1988. 858 pag.
- 7).- Manual de Osteosíntesis .
M.E. Muller, M. Allgower, R. Schneider ; Edit. Científico Médica Barcelona 1989.
- 8).- Marketing de Servicios . Conceptos y Estrategias .
Marcos Cobra , Flavio A. Zwarg. Edit. Mc Graw-Hill Latinoamericana S.A. Colombia 1991. 279 pag.
- 9).- Seminario de Titulación . Diseño y Administración de Sistemas de Calidad Total en Empresas de Servicios Turísticos .
M. En C. Roberto Bravo Jimenez.
- 10).- Textbook Small Animal Orthopaedics .
Charles D. Newton / David M Nunamaker. Edit J.B. Lippincott Company 1985. 1140 pag.
- 11).- Trabajo de Seminario . Mercadotecnia Veterinaria, "Bases Mercadológicas Para la Reestructuración y Ampliación de un Laboratorio de Analisis Clínicos Veterinarios en el D.F. y Area Metropolitana "
Eduardo Mota Cortés . México 1997. FES-CUAUTILAN.