



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLÁN

"MERCADOTECNIA VETERINARIA: BASES
MERCADOLÓGICAS PARA LA INSTALACIÓN DE UN
CLUB DE ENTRENAMIENTO CANINO EN TORRES
LINDAVISTA, D. F."

TRABAJO DE SEMINARIO

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

MÉDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA

P R E S E N T A :

PATRICIA TREJO CERVANTES

ASESOR MVZ SERGIO CORTES Y HUERTA

CUAUTITLÁN IZCALLI, ESTADO DE MÉXICO.

1998.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

265556



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.



CIUDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

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

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES-CUAUTITLAN



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

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

AT'N: Q. MA. DEL CARMEN GARCIA MIJARES
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES-C.

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

Mercedotécnica Veterinaria.

"Bases mercadológicas para la instalación de un Club de Entrenamiento Canino en Torres Lindavista, D.F."

que presenta la pasante: Patricia Trago Cervantes

con número de cuenta: 2913632-3 para obtener el Título de:

Médica Veterinaria Zootecnista

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

ATENTAMENTE.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán local, Edo. de México, a 5 de Agosto de 19 98

MODULO:

PROFESOR:

FIRMA:

I
II
IV

P.C. Antonio Ramón Herrera

M.C. Luis Fernández Zorrilla

Lic. Aminta Silva González

INDICE

INTRODUCCION	1
1. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO	4
1.2 MISION	5
1.3 VISION	6
1.4 ORGANIGRAMA.....	7
1.5 DESCRIPCION DE PUESTOS	
POR AREA DE RESULTADOS	9
1.4.1 Director General.	10
1.4.2 Director Técnico.	12
1.4.3 Administrador.....	13
1.4.4 Médico Veterinario Zootecnista.	14
1.4.5 Instructor.....	15
2. INFORMACION BASICA	16
2.3 EXTERNA.....	17
2.4 INTERNA.....	19
2.5 ANALISIS DEL ENTORNO	22
Oportunidades y Problemas.	23
2.4 ANALISIS DE LA EMPRESA.....	26
Fuerzas y Debilidades.....	27
2.5 MEZCLA DE MERCADOTECNIA	30
3 PLANEACION ESTRATEGICA	32
3.1 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.....	33

4 PRESUPUESTOS	38
4.1 INVERSIONES.....	39
4.2 COSTOS.....	40
4.3 GASTOS.....	41
4.4 FLUJO DE EFECTIVO.....	42
4.5 VENTAS.....	43
4.6 ESTADO DE RESULTADOS.....	44
5 ANEXOS	45
6 CONCLUSIONES.....	51
7. BIBLIOGRAFIA.....	53

INTRODUCCION

En la actualidad, la relación humano-perro se ha vuelto muy estrecha. El perro dentro de la familia juega un papel muy importante ya que se ha integrado a ella de manera íntima. Participa en sus actividades diarias, convive estrechamente con todos sus miembros y brinda compañía y amor.

De esto se deriva la necesidad de tener un perro obediente y útil que cumpla con su fin como mascota y nos de un beneficio extra: seguridad y protección a nuestra persona y bienes.

Debido a los altos índices de inseguridad que imperan en la Ciudad de México y el área conurbada, es necesario contar con medios más sofisticados de resguardo. Una excelente opción son los perros de "Guardia y Protección" ya que el impacto psicológico que estos ejercen sobre los criminales, provoca que sus fines sean disuadidos y disminuyan considerablemente sus acciones.

Así mismo, se ha convertido en un deporte muy popular el entrenar a un perro para competencias de obediencia, agilidad y "Ring Internacional" (serie de ejercicios técnico-etológicos enfocados a la guardia y protección) para campeonatos Nacionales e incluso Mundiales.

Los perros son por excelencia, la mascota familiar más común e importante. Los propietarios de estos están cada vez más concientes de que invertir en su adiestramiento es invertir en una relación más sana y feliz con su mascota, pues con las enseñanzas que reciben, el perro se vuelve un ser equilibrado en su temperamento y comportamiento sin perder su característica lealtad y amistad que lo ha unido al humano desde tiempos remotos.

Así mismo, la posibilidad de poseer un perro capaz de defender a nuestra persona, familia y propiedades se ha convertido en una opción muy solicitada. Prueba de esto es el creciente número de particulares y Corporaciones de Seguridad que hacen uso de estos perros para su resguardo.

Este tipo de empresas significan una oportunidad más de trabajo para el Médico Veterinario Zootécnico, por la inminente relación con las actividades que este desempeña. Ya sea que se encargue únicamente de la salud de los perros o incursione en la rama de la Psicología y Etología Canina.

1. ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

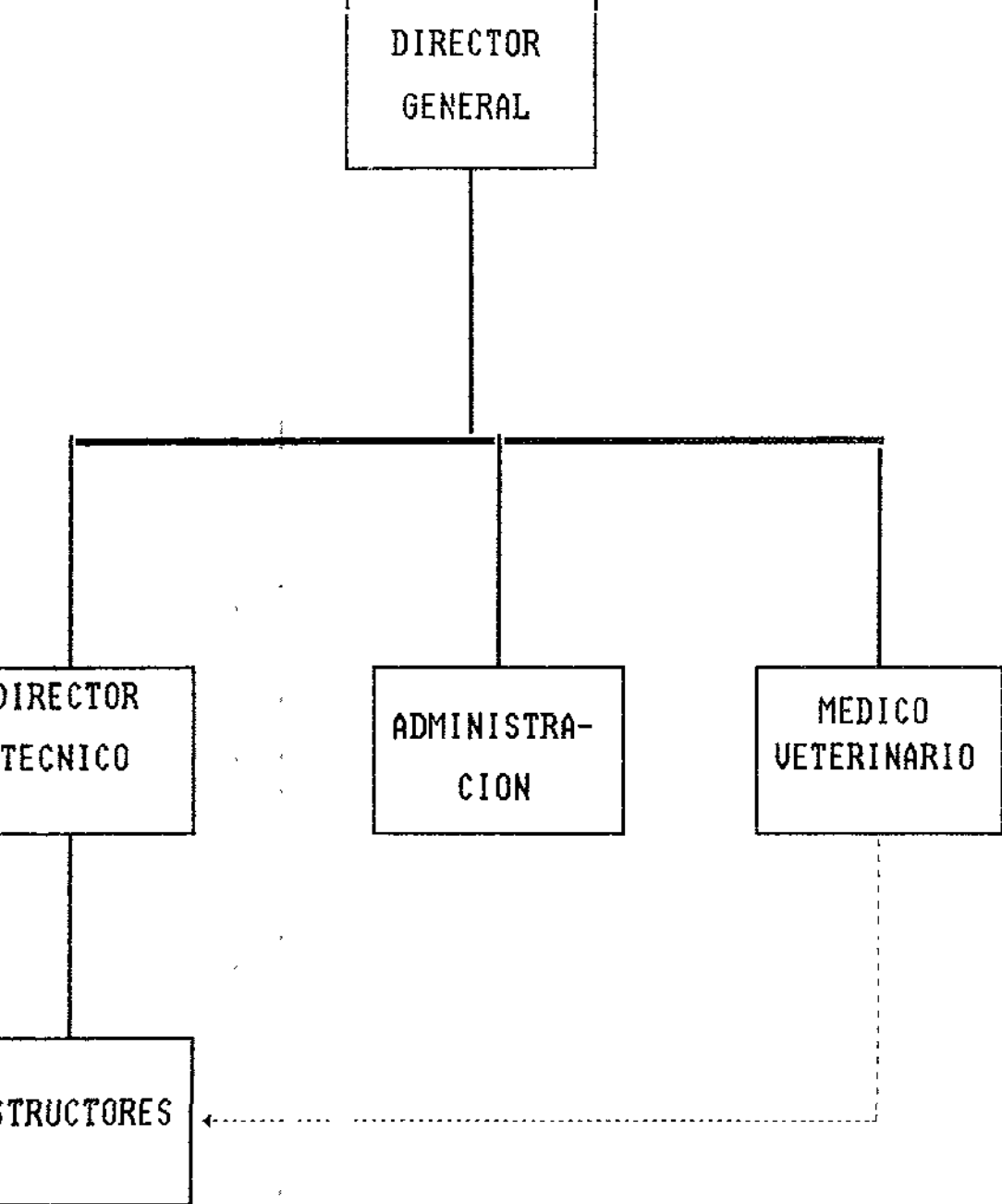
1.1 MISION

Integrar a la sociedad perros útiles que brinden compañía y seguridad, a través de técnicas vanguardistas aplicadas por personal profesional y especializada, logrando calidad y el mejor servicio al cliente.

1.2 VISION

Ser líder del mercado Nacional,desarrollando perros adiestradós del más alto nivel de servicio y competitividad deportiva,logrando la expansión hacia el resto del país,Centro y Sudamérica

1.3 ORGANIGRAMA



1.4 DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS

1.4.1 DIRECTOR GENERAL

MISION; Dirigir, coordinar y supervisar todas las actividades que se desempeñan para la obtención de perros adiestrados según las necesidades del cliente, logrando su entera satisfacción

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
*LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none"> *Definir y mantener actualizados los puestos y funciones de cada área *Coordinar e interrelacionar las actividades *Suministrar equipo necesario a cada área. *Mantener unido al grupo de trabajo . 	<ul style="list-style-type: none"> *Número de quejas internas y externas sobre el personal. *Número de reclamaciones del personal *Ambiente de trabajo Rotación de personal
*SUPERVISION	<ul style="list-style-type: none"> *Del entrenamiento en relación al avance del club. *Del desempeño del área administrativa y contable *Del desempeño del área Médico Veterinaria 	<ul style="list-style-type: none"> *Nivel del club. *Situación financiera *Estado de salud de los -perros del club. Indices de enfermedades. Retroalimentación
*SERVICIO AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> *Verificar que se satisfagan las necesidades de los clientes. *Brindar y procurar atención personalizada. *Hacer que prevalezca un ambiente cordial y agradable 	<ul style="list-style-type: none"> *Testimonios de los clientes *Reincidencia de clientes. *Número de clientes constantes

<i>AREA DE RESULTADOS</i>	<i>RESPONSABILIDADES</i>	<i>PARAMETROS</i>
*MERCADOLÓGICA	*Promocionar los servicios Lograr ventas. *Realizar campañas publicitarias enfocadas a cada mercado. *Visitar a los clientes anteriores y presentes para retroalimentarse con información útil al club	*Número de clientes *Número de clientes nuevos *Reincidencia de clientes.
*DESARROLLO PERSONAL	*Capacitarse continuamente *Capacitar continuamente a todo el personal de cada	*Aplicación de los conocimientos.

1.4.2. DIRECTOR TECNICO

MISION: Coordinar, controlar, dirigir y supervisar la correcta aplicación de las técnicas de adiestramiento y las labores de los instructores

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
*ENTRENAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> *Aplicación de las técnicas específicas para cada perro y situación *Diseñar técnicas especiales de acuerdo a la necesidad del cliente. *Coordinar y verificar las labores de los instructores *Cuidado del equipo de trabajo. *Asesorar a los instructores cuando estos tengan algún problema. 	<ul style="list-style-type: none"> *Número de ejercicios dominados y tiempo utilizado *Tiempo y tipo de respuesta del perro. *Número de perros que cumplen en tiempo y tipo de respuesta con lo programado *Gastos por reparación o pérdida del equipo *Número de problemas resueltos.
*ASESORIA TECNICA	<ul style="list-style-type: none"> *Brindar asesoría técnica-etológica, psicológica y de seguridad al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> *Número de clientes que siguen las recomendaciones y quedan satisfechos
*DESARROLLO PERSONAL	<ul style="list-style-type: none"> *Capacitarse continuamente. 	<ul style="list-style-type: none"> *Aplicación de los conocimientos

1.4.3 ADMINISTRADOR

MISION: Auxiliar al Director General en el manejo eficiente de la empresa mediante técnicas administrativas y contables, que permitan la correcta toma de decisiones.

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
*ADMINISTRATIVA	*Planeación. *Organización *Control. *Venta del servicio	*Cumplimiento de los planes. *Eficiencia de la organización *Reporte medidor. *Tamaño de la clientela
*CONTABLE	*Cobros, pagos *Nómina. *Obligaciones fiscales	*Flujo de efectivo. *Oportunidad de pagos *Multas por excepciones.
*DESARROLLO PERSONAL	*Capacitarse en su área - constantemente.	*Aplicación de los conocimientos.

1.4.4 MEDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA

MISION Mantener y lograr el perfecto estado de salud de los perros del club

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
*SALUD	<p>*Revisar el estado de salud de los perros antes de inscribirlos al club</p> <p>*Monitorear la vigencia de los calendarios de vacunación y desparasitación y -mantenerlos actualizados.</p> <p>*Interactuar con el D.Técnico y los instructores en el monitoreo constante del -estado de salud del perro, <i>antes, durante y después</i> -de la práctica</p> <p>*Resolver problemas y –emergencias médicas que surgieran durante las prácticas</p>	<p>*Número de animales sanos vs Enfermos.</p> <p>*Desviaciones por omisión</p> <p>*Número de animales enfermos o accidentados por causas atribuibles al entrenamiento <i>Desviaciones por omisión.</i></p> <p>*Número de clientes satisfechos vs Quejas</p>
*ASESORIA TECNICA	*Asesoría médica especializada, sencilla y convincente.	*Número de clientes que siguen las indicaciones. Clientes satisfechos.
*DESARROLLO PERSONAL	*Capacitación constante.	*Aplicación de los conocimientos.

1.4.5 INSTRUCTOR

MISION: Aplicar las técnicas de adiestramiento adecuadas a cada caso Cuidar el equipo

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
*ADIESTRAMIENTO	*Identificar la técnica a utilizar en cada caso y aplicarla correctamente *Solicitar el asesoramiento del D Técnico cuando así lo requieren. *Comunicar al Médico Veterinario cualquier cambio de actitud o de conducta que presenten los perros antes o durante la práctica	*Tiempo y tipo de respuesta del perro. *Número de problemas solucionados. *Número de enfermedades o accidentes atribuibles al entrenamiento
*EQUIPO DE TRABAJO	*Cuidar y mantener en buen estado el equipo	*Gastos por reparación o pérdida del equipo
*SERVICIO AL CLIENTE	*Establecer comunicación con los clientes para conocer sus necesidades y problemas y satisfacerlas.	*Problemas reportados al D Técnico
*DESARROLLO PERSONAL	*Capacitarse constantemente.	*Aplicación de los conocimientos

2. INFORMACION BASICA

2.1 EXTERNA

El Club de Entrenamiento se localizará en el fraccionamiento Torres Lindavista que se encuentra localizado en la Delegación Gustavo A. Madero en la ciudad de México. Esta Delegación Política representa el 5.9% de la superficie del Distrito Federal con una población de 1'256,913 habitantes y una tasa de crecimiento anual del 0.2% ocupando el segundo lugar en población total por Delegación, con el 14.8% (INEGI, 1995)

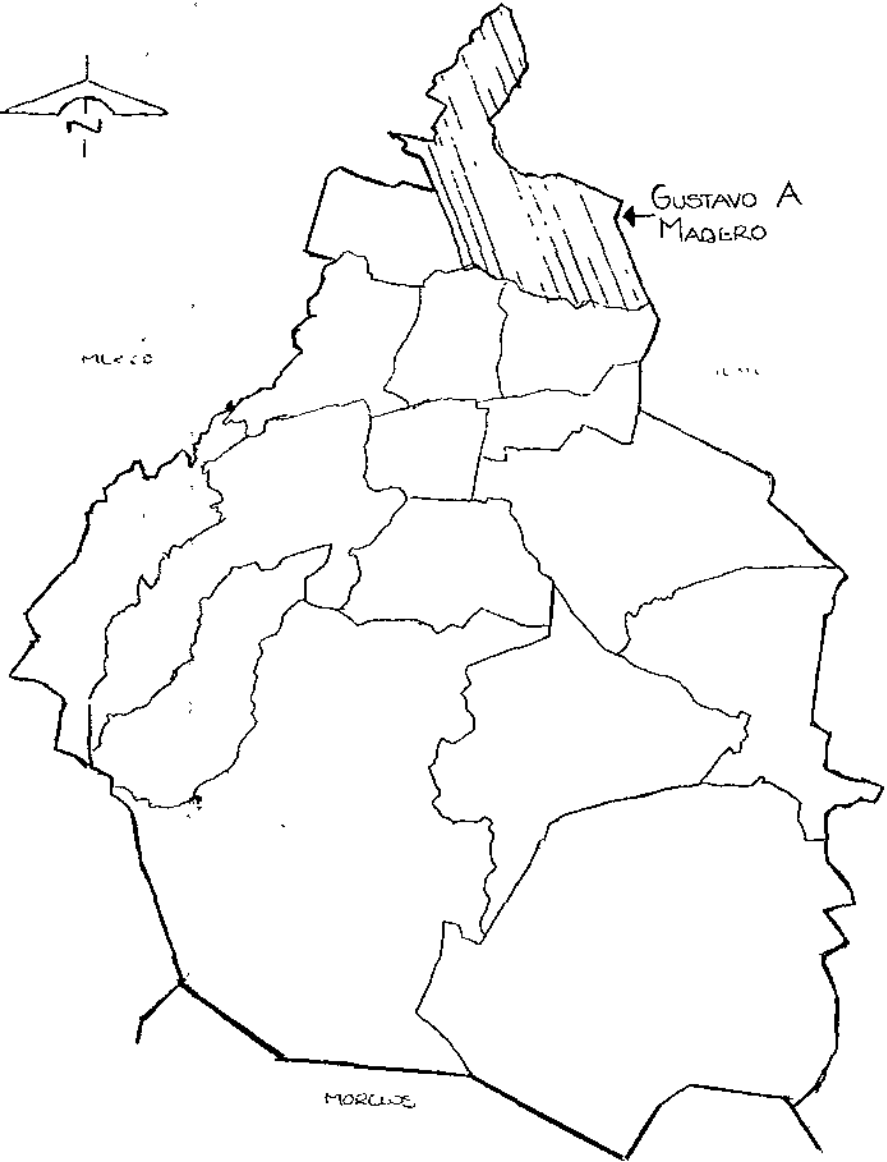
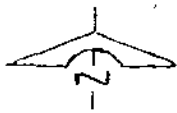
Esta Delegación cuenta con 29 módulos de Información y Protección ciudadana y 9 Agencias Investigadoras del Ministerio Público, donde son denunciados aproximadamente 33,414 delitos por año, entre los cuales destacan el robo con 65.6% de las denuncias, lesiones con el 14.6%, homicidio 1% y otros (despojo, violación, secuestro, etc.) con el 16.6% (INEGI, 1996).

En esta Delegación existen 961,484 personas económicamente activas, 506,842 inactivas y 13,077 no especificadas, de las cuales 7.4% recibe más de 5 salarios mínimos, 10.8% de 3 a 5, 16.4% más de 2 y menos de 3 salarios, 42.6% de 1 a 2 y 18.8% menos de 1 salario mínimo; mientras que el 1.1% no recibe ingresos y el 2.9% es no especificado. El salario mínimo general es de \$26.45 diarios (INEGI, 1996)

En México el Producto Interno Bruto es de 343,472 Millones de Dólares, con un Producto Nacional Bruto de 3,610 Dólares per capita. Del PIB se destina el 8% para el área agrícola (Almanaque Mundial 1993).

En esta demarcación se encuentran establecidos 78 consultorios Veterinarios

DIVISION GEOESTADISTICA DELEGACIONAL



INEGI 1995

2.2 INTERNA

Club Teotican es una empresa constituida que brinda el servicio de adiestramiento canino en:

- Obediencia (básica y avanzada)
- Agilidad
- Guardia y protección (con base técnico-etológica en Ring Internacional)
- Perros deportivos para competencias (Ring Internacional, agilidad, perro de tráfico y perro de protección civil).

Nuestros servicios estan dirigidos a un amplio mercado que incluye particulares que poseen un perro y desean que éste sea obediente y proteja a su familia y bienes, pequeños y grandes empresarios que buscan seguridad para sus negocios, Corporaciones de Seguridad Privada e incluso a la Procuraduría General de la República y al Ejército Mexicano.

Instalado en Torres Lindavista, Distrito Federal, Club Teotican dirige sus esfuerzos para abarcar a todo el Distrito Federal, y a mediano plazo el interior de la República así como Centro y Sudamérica.

Las clases se imparten en un parque público, los sábados a las 15 00 hrs
Y los domingos a las 10.00 hr

PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO

- Obediencia básica
- Obediencia avanzada
- Agilidad
- Perro de Protección Civil I 3 meses
- Perro de Protección Civil II 2 meses
- Brevet o Grado Honorario 4 meses
- Ring I 4 meses
- Ring II
- Ring III 7 meses

LISTA DE PRECIOS

- Obediencia y Agilidad \$ 55.00 (por clase)
- PPC I hasta Brevet \$ 75.00 (por clase)
- Ring I hasta Ring III \$ 8,000.00 (por curso)

EQUIPO DISPONIBLE

- Traje de entrenamiento "Demanet"
- Mangas, piñeras, tacos, varas, elásticos, líneas
- Obstáculos para agilidad

PERSONAL

Director General
pMVZ Patricia Trejo C. Sueldo \$ 2,500.00

Director Técnico:

Instructor Profesional Canino

Lic Gerardo Almaráz V.

Sueldo \$ 1,000 00

Administración

C.P. David del Mazo

Sueldo \$ 1,000.00

Médico Veterinario, Zootecnista:

pMVZ Patricia Trejo C.

Sueldo \$ 1,000 00

Instructores:

Gerardo Almaráz V.

David del Mazo

Ivan Gutiérrez

Sueldo Pago a destajo

Luis Moreno

Antonio Ruiz

NOTA: Los sueldos fijos son pagados mensualmente, mientras que los de los instructores son pagados semanalmente

2.3 ANALISIS DEL ENTORNO

OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

ÁREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PROBLEMAS
ECONOMIA	Los tratados de libre comercio permiten abar— car más mercados como el de Centro y Sudamérica	Las devaluaciones afec— tan mucho al poder adquisitivo y situación financiera del país El proteccionismo causa que suban los aranceles.
MERCADO	Estamos ubicados en una zona de alto poder económico que por lo tanto requiere más de nuestro - servicio. Es una actividad de moda. Nuestra competencia es de menor nivel - técnico.	La competencia es desleal pues ofrecen menor precio con menor calidad
NORMATIVIDAD	El gobierno permite y apoya estas actividades; la normatividad en el extranjero es menos exigente y más fácil de - cumplir.	
POLITICA	Este tipo de empresas promocionan positivamente a la Delegación y a su - partido gobernante	La corrupción de las autoridades facilitan la instalación de clubes que no reúnen los requisitos
SOCIAL	La inseguridad es un grave problema por la ineficiencia de la autoridad. El crecimiento de la población acentúa - los problemas La cultura de responsabilidad hacia las mascotas va en aumento.	Algunas personas hacen mal uso de sus perros adiestrados

ECONOMIA

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
Los tratados de Libre Comercio permiten abarcar más mercados como el de Centro y Sudamérica.	Ampliar el mercado hacia Centro y Sudamérica Asociarse con Corporaciones de Seguridad extranjeras
PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACION
Las devaluaciones afectan mucho al poder adquisitivo y situación financiera del país. El proteccionismo causa que suban los aranceles.	Mantener los precios lo más estables que sea posible.

MERCADO

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
Estamos ubicados en una zona de alto poder económico que por lo tanto requiere más de nuestro servicio Es una actividad de moda. Nuestra competencia es de menor nivel técnico.	Crear servicios especiales para zonas residenciales. Impulsar la moda del entrenamiento canino Promover las competencias entre clubes para categorizarlos
PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACION
La competencia es desleal pues ofrecen menor precio con menor calidad	Unir a todos los clubes que esten en la misma categoria para crear estrategias contra los clubes desteales Estandarizar precios y hacer que se respeten

NORMATIVIDAD

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
El Gobierno permite y apoya estas actividades La normatividad en le extranjero es menos exigente y más fácil de cumplir	Presentar resultados a las autoridades para seguir contando con su apoyo Prestar servicios especiales, como el rastreo, rescate y detección de drogas, a las autoridades

POLITICA

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
Estas empresas promocionan positivamente a la Delegación y al partido gobernante.	Mostrar al club como un representante de la Delegación Gustavo A Madero.
PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACION
La corrupción de las autoridades facilita la instalación de clubes que no reúnen los requisitos.	Unirse todos los clubes de la misma categoría para exigir a las autoridades que sean más estrictos al conceder permisos

SOCIAL

OPORTUNIDADES	ACCION DE DESARROLLO
La inseguridad es un problema grave por la ineficiencia de las autoridades. El crecimiento poblacional acentúa los problemas La cultura de responsabilidad hacia las mascotas va en aumento	Concientizar a la sociedad de que la delincuencia seguirá aumentando, así como la insuficiencia de los servicios que brinda la autoridad. Impulsar la concientización de los dueños de mascotas.
PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACION
Algunas personas hacen mal uso de sus perros	Concientizar a la clientela del tipo de perro con el que cuentan. Analizar el comportamiento y tendencias de cada cliente antes de prestarle el servicio

2.4 ANALISIS DE LA EMPRESA

FUERZAS Y DEBILIDADES

AREAS DE GESTION	FUERZAS	DEBILIDADES
COMERCIALIZACION	El servicio es de alta calidad y profesionalismo con precio competitivo. Se tienen bien identificadas las necesidades del cliente. La competencia y el mercado se han estudiado profundamente. La capacidad de servicio esta de acuerdo al tamaño de la clientela. Existen muchas y diversas formas de hacerse publicidad y promoción.	No se realizan campañas publicitarias ni de promoción para captar más clientes principalmente del sector de las Corporaciones de Seguridad. La clientela no es muy leal y cambia de club porque le es ofrecido el servicio a menor precio, sin que les importe la calidad del mismo.
MANUFACTURA	El personal es profesional y especializado con mística de servicio y alta motivación. El material de trabajo es de alta calidad y seguridad; requiere de poco y esporádico mantenimiento. El personal tiene la consigna de cuidar sus implementos de trabajo.	Solo hay un proveedor del material de trabajo, ya que éste es importado de Francia, lo que lo hace caro y difícil de conseguir.
ADMINISTRACION	El personal esta dividido por áreas profesionales (médica, administrativa, legal etc.) Las relaciones con el Gobierno son buenas.	Alta rotación del personal
FINANZAS	No hay endeudamiento. Las utilidades son altas, la capacidad de inversión y crecimiento con recursos propios es buena. La estabilidad financiera permite afrontar periodos críticos.	No se lleva un registro de ingresos y egresos.

COMERCIALIZACION

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
<p>Servicio de calidad y profesionalismo con precio competitivo. Necesidades del cliente bien identificadas. Competencia y mercado bien estudiado. Capacidad de servicio acorde al tamaño de la clientela. Muchas y diversas formas de publicitarse y promocionarse.</p>		<p>Captar mayor clientela en cada tipo de mercado, dando un servicio profesional y de calidad satisfaciendo las necesidades específicas de cada cliente con un precio competitivo. Todo esto mediante la promoción y publicidad.</p> <p>Dar al servicio un valor agregado mediante el monitoreo del desempeño del perro en su lugar de trabajo.</p> <p>Pedir al cliente hacer demostraciones con su perro a posibles clientes, así como que dé testimonio de lo recibido.</p>	
DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCION	
<p>No se realizan campañas publicitarias ni de promoción. Clientela desleal.</p>	<p>Captar mayor número de clientes, especialmente de Corporaciones de Seguridad.</p> <p>Contar con una clientela estable.</p>	<p>Realizar una campaña publicitaria y de promoción.</p> <p>Cautivar a los clientes mediante la entera satisfacción de sus necesidades.</p>	

MANUFACTURA

FUERZAS		POSIBLE APLICACIÓN	
<p>Personal profesional y especializado con mística de servicio y motivación. Material de trabajo seguro y de calidad que requiere poco mantenimiento. El personal cuida el equipo.</p>		<p>El servicio se mejora constantemente por la capacidad técnica del personal y su deseo de servir eficientemente.</p> <p>Desarrollarse personal y empresarialmente.</p>	
DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCION	
<p>Solo hay un proveedor del material de trabajo.</p>	<p>Compra de equipo con más constancia.</p>	<p>Comprar el equipo directo del país de origen.</p>	

ADMINISTRACION

FUERZAS		POSIBLE APLICACION	
El personal esta dividido por áreas profesionales. La relación con el Gobierno es buena.		Mejoras continuas en cada área de resultados del personal Buscar más y mejor apoyo por parte del Gobierno y las autoridades para la expansión de la empresa	
DEBILIDADES	IMPIDE	CORRECCION	
Alta rotación de personal	Mantener estables las funciones de cada empleado	Procurar un ambiente cordial de trabajo.	

FINANZAS

FUERZAS		POSIBLE APLICACION	
No hay endeudamiento. Utilidades altas y buena capacidad de inversión y crecimiento Estabilidad financiera para hacer frente a períodos críticos		Contando con finanzas sanas se logra el crecimiento firme de la empresa, mediante la capacitación, inversión y los recursos propios.	
DEBILIDAD	IMPIDE	CORRECCION	
No se lleva un registro de ingresos y egresos	Identificar algunas salidas de dinero	Estructurar un sistema de registro de movimientos	

2.5 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

PRODUCTO

Entrenamiento canino en obediencia básica y avanzada, agilidad, guardia y protección y competencias deportivas (Ring Internacional, etc)

PRECIO

INSCRIPCION	\$100.00
CLASE DE OBEDIENCIA	\$55.00
CLASE RIIF	\$75.00
SERVICIO DE PROTECCION CORPORATIVA	\$8000 00

PLAZA

Particulares familias que ya poseen o van a adquirir un perro

Pequeñas y medianas empresas.

Corporaciones: empresas de Seguridad Privada, Procuraduria General de la República, Ejército Mexicano.

PROMOCION

Por comunicación personal entre clientes que nos recomiendan.

Asistencia a competencias

Exposiciones caninas

3. PLANEACION ESTRATEGICA

3.1.OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

AREA DE RESULTADOS: MERCADOLÓGICA

OBJETIVO 1: Aumentar el número de Corporaciones de Seguridad privada a quienes de le de servicio de 1 a 5 de Junio a Diciembre de 1998

ESTRATEGIAS: 1.1 Diseñar programas de servicio especiales para Corporaciones de Seguridad.

1.2 Aplicar una campaña de publicidad y promoción específica

PLAN DE ACCION	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
1.1 1 Identificar empresas potenciales	JUNIO DE 1998	Director General	
1 1 2 Elaborar propuestas		D.General y D.Técnico	
1.1 3 Hacer citas y visitas		D General y D.Técnico	
1 1 4 Preparar propuestas definitivas		D General y D.Técnico	
1 1.5 Hacer seguimiento de los resultados		D General	
1 2.6 Identificar alternativas de publicidad	JUNIO DE 1998	D General	
1.2.2 Identificar alternativas de promoción		D General	
1 2 3 Seleccionar la mejor alternativa por costo y beneficio		D.General y D.Técnico	
1 2.4 Llevar a cabo la campaña		D.General y D Técnico	
1 2.5 Evaluar resultados		D General y D.Técnico	

AREA DE RESULTADOS: MEDICA (SALUD)

OBJETIVO 2: Brindar atención médica en el 100% de los casos durante las
prácticas de entrenamiento

ESTRATEGIAS: 2.1 Contar con equipo médico portátil para atender consultas
o emergencias en el lugar.

2.2 Programas preventivos.

PLAN DE ACCION	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
2.1.1 Preupuestar \$5000 para compra de equipo	SEPTIEMBRE DE 1998		Médico Veterinario
2.1.2 Identificar necesidades de equipo			Médico Veterinario
2.1.3 Identificar posibles proveedores			Médico Veterinario
2.1.4 Evaluar y seleccionar proveedores			Médico Veterinario
2.1.5 Compra del equipo.			Médico Veterinario
2.2.1 Identificar a los principales problemas y accidentes	OCTUBRE DE 1998		Médico Veterinario
2.2.2 Capacitarse en la solución de éstos			Médico veterinario
2.2.3 Hacer el programa de prevención			Médico Veterinario
2.2.4 Ponerlo en práctica			Médico Veterinario
2.2.5 Evaluar el sistema			Médico Veterinario Director General Director Técnico

AREA DE RESULTADOS: ENTRENAMIENTO

OBJETIVO 3: Crear un manual de procedimientos y operaciones de las técnicas de adiestramiento en Octubre de 1998

ESTRATEGIAS: 3.1 Contar con personal especializado trabajando en equipo
3.2 Utilizar información ya existente y buscar nueva para mantenerse actualizado y a la vanguardia

PLAN DE ACCION	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
3.1.1 Seleccionar al equipo 3.1.2. Instalar un lugar de reunión 3.1.3. Programar horarios de reunión 3.1.4 Organizar al equipo	OCTUBRE DE 1998		Director Técnico Director General Director General Director General
3.2.5 Recaudar la información 3.2.2 Utilizar INTERNET para obtener la información más reciente. 3.2.3 Suscribirse a revistas especializadas 3.2.4 Escribir el manual	OCTUBRE DE 1998		Director Técnico Instructores Director Técnico Instructores Director Técnico Director Técnico.

AREA DE RESULTADOS: DESARROLLO PERSONAL

OBJETIVO 4: Capacitar al Director Técnico como Master con un curso en Francia de 20 días durante Agosto de 1998

- ESTRATEGIAS:**
- 4.1 Destinar recursos de la empresa para que el Director Técnico tome el curso
 - 4.2 Buscar patrocinio de las Corporaciones de Seguridad
 - 4.3 Que el Director Técnico tome el curso y lo apruebe

PLAN DE ACCION	FECHAS		RESPONSABLE
	INICIO	TERMINO	
4.1.1 Buscar información sobre los cursos	JUNIO 98	JULIO 98	Director Técnico
4.1.2 Elegir el que más convenga en relación a costo-beneficio		JULIO 98	Director General
4.1.3 Inscribir al D.Técnico		JULIO 1998	Director General
4.2.4 Elegir las Corporaciones			Director General
4.2.2 Presentar propuestas con costo-beneficio	JUNIO 98	JULIO 98	Director Técnico
4.2.3 Dar seguimiento a sus respuestas			Director General
4.3.1 Viajar a Francia a tomar el curso		AGOSTO 98	Director Técnico
4.3.2 Acreditar el curso		AGOSTO 98	Director Técnico
4.3.3 Obtener el Certificado de Grado Master		AGOSTO 98	Director Técnico
4.3.4 Validarlo en México		SEPTIEMBRE 98	Director Técnico
			Director General

4. PRESUPUESTOS

PRESUPUESTO DE COSTOS

SERVICIO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	TOTAL
CLASE OBE	78	83	78	63	108	89	47	86	100	92	52	106	106
\$20 00	1560	1660	1560	1260	2160	1760	940	1760	2000	2116	1196	2438	2438
CLASE RIII	68	87	71	60	73	68	32	48	77	78	35	75	75
\$15 00 INST	1320	1340	1440	1200	1480	1420	640	1058	1771	1617	805	1725	15996
\$5 00 EQUI													15996
T= \$20 00													
S.P.C	2	1	1	01	3	2	0	2	2	3	3	3	3
\$30000 INST	8150	3075	3075	0	9225	8150	0	8520	6520	9780	9780	9780	9780
\$75 00 EQUI													70555
TOTAL	9030	6275	6075	2480	12645	9350	1560	8943	10591	13713	11781	13340	106488
NOTA: A partir del mes de Enero de 1989 se aumentó un 6% a los precios. quedando en \$23 00 Clase OBE \$23 00 Clase RIII \$2250,00 S.P.C													

PRESUPUESTO DE GASTOS													
CONCEPTO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	TOTAL
SUELDOS (por honorarios)	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	67500
INCENTIVOS	200	200	200	200	200	200	200	212	212	212	212	212	2480
TELEFONO	50	50	50	50	50	50	50	53	53	53	53	53	615
GASOLINA	400	400	400	400	400	400	400	200	300	424	300	424	4440
LICENCIAS	300												300
PAPELERIA	100	100	100	100	100	100	100	108	108	108	108	108	862
REPARACIONES							50						100
CAPACITACION			5000										
ALIMENTO	50	50	50	50	50	50	25	30	53	53	25	33	509
PUBLICIDAD Y PROMOCION	2000			0000									3000
UNIFORMES								1000					2000
TOTAL	9600	6200	11300	7250	6300	6200	8775	7385	6564	6572	6526	6572	62734

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO												
CONCEPTO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Saldo bancos	31000	6810	12775	8215	1470	18540	28335	24465	29277	41352	58117	71370
INGRESOS												
Veritas	25440	18440	17815	7965	38215	26345	4885	24040	29220	37580	31580	38200
Creditos												
Otros												
SUMA BANCOS-INGRESOS	56440	25250	30590	16180	37685	44885	33320	48505	58497	78932	89677	109570
EGRESOS												
Gastos	9600	6200	11300	7250	6300	6200	6775	7385	6554	6572	6526	6572
Costos	9030	6275	6075	2450	12845	9360	1580	6843	10391	13713	11781	13943
Inversiones	31000	0	5000	5000	0	1000	500	3000	0	530	0	0
Intereses												
SUMA DE EGRESOS	49630	12475	22375	14710	19145	16550	8855	19228	17145	20815	18307	20515
SALDO	6810	12775	8215	1470	18540	28335	24465	29277	41352	58117	71370	89065

PRESUPUESTO DE VENTAS

SERVICIO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM- BRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO **	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	TOTAL
INSCRIPCION	2	3	2	0	8	5	0	1	1	300	200	400	3100
TOTAL\$	200	300	200	0	800	500	0	100	100	3000	2000	4000	31000
CLASE OBE	28	62	28	62	108	89	47	55	100	82	52	108	948
TOTAL\$	4280	5115	4280	3465	5940	4925	2585	3200	6000	5520	3120	6360	54880
CLASE RIII	68	67	71	60	73	66	32	48	77	79	35	75	747
TOTAL\$	4850	5025	5325	4500	5475	4850	2400	3080	6160	6320	2800	6000	57585
S.P.C	2	1	1	0	3	2	0	2	2	3	3	3	21
TOTAL\$	16000	8000	8000	0	24000	16000	0	16000	16000	25440	25440	25440	174240
TOTAL	25440	18440	17815	7965	36215	26545	4985	24040	29220	37560	31560	58200	289605
NOTA A partir del mes de Enero de 1989 se incrementan un 5% los precios													
quedando en \$60,00 Clase OBE													
\$20,00 Clase RIII													
\$1,400,00 S.P.C													

ESTADO DE RESULTADOS

	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
VENTAS												
Servicio	25,440	16,440	17,815	7,863	30,313	20,343	4,883	24,040	29,200	37,467	31,900	50,250
ventas total mes	25,440	16,440	17,815	7,863	30,313	20,343	4,883	24,040	29,200	37,467	31,900	50,250
menos:												
Costo de Servicio	9,050	5,275	5,841	2,480	17,464	8,540	1,260	8,843	10,531	13,713	11,711	19,043
costo total mes	9,050	5,275	5,841	2,480	17,464	8,540	1,260	8,843	10,531	13,713	11,711	19,043
Ganancia	16,390	11,165	11,974	5,383	12,849	11,803	3,623	15,197	18,669	23,754	20,189	31,207
ventas total mes	25,440	16,440	17,815	7,863	30,313	20,343	4,883	24,040	29,200	37,467	31,900	50,250
menos:												
Costo de Servicio	9,050	5,275	5,841	2,480	17,464	8,540	1,260	8,843	10,531	13,713	11,711	19,043
Ganancia de Administracion	7,340	5,890	6,133	2,903	5,385	3,263	2,363	6,354	8,138	10,041	8,478	12,164
total mes	7,340	5,890	6,133	2,903	5,385	3,263	2,363	6,354	8,138	10,041	8,478	12,164
menos:												
Resultado de Operacion	8,910	5,985	4,460	1,743	17,070	10,799	3,070	16,544	12,015	17,295	13,253	17,603
ventas total mes	25,440	16,440	17,815	7,863	30,313	20,343	4,883	24,040	29,200	37,467	31,900	50,250
menos:												
Costo de Servicio	9,050	5,275	5,841	2,480	17,464	8,540	1,260	8,843	10,531	13,713	11,711	19,043
Ganancia Administracion	7,340	5,890	6,133	2,903	5,385	3,263	2,363	6,354	8,138	10,041	8,478	12,164
total mes	16,390	11,165	11,974	5,383	12,849	11,803	3,623	15,197	18,669	23,754	20,189	31,207
menos:												
Resultado de Operacion	8,910	5,985	4,460	1,743	17,070	10,799	3,070	16,544	12,015	17,295	13,253	17,603
ventas total mes	25,440	16,440	17,815	7,863	30,313	20,343	4,883	24,040	29,200	37,467	31,900	50,250
menos:												
Costo de Servicio	9,050	5,275	5,841	2,480	17,464	8,540	1,260	8,843	10,531	13,713	11,711	19,043
Ganancia Administracion	7,340	5,890	6,133	2,903	5,385	3,263	2,363	6,354	8,138	10,041	8,478	12,164
total mes	16,390	11,165	11,974	5,383	12,849	11,803	3,623	15,197	18,669	23,754	20,189	31,207
menos:												
Resultado de Operacion	8,910	5,985	4,460	1,743	17,070	10,799	3,070	16,544	12,015	17,295	13,253	17,603
ventas total mes	25,440	16,440	17,815	7,863	30,313	20,343	4,883	24,040	29,200	37,467	31,900	50,250
menos:												
Costo de Servicio	9,050	5,275	5,841	2,480	17,464	8,540	1,260	8,843	10,531	13,713	11,711	19,043
Ganancia Administracion	7,340	5,890	6,133	2,903	5,385	3,263	2,363	6,354	8,138	10,041	8,478	12,164
total mes	16,390	11,165	11,974	5,383	12,849	11,803	3,623	15,197	18,669	23,754	20,189	31,207
menos:												
Resultado de Operacion	8,910	5,985	4,460	1,743	17,070	10,799	3,070	16,544	12,015	17,295	13,253	17,603
ventas total mes	25,440	16,440	17,815	7,863	30,313	20,343	4,883	24,040	29,200	37,467	31,900	50,250
menos:												
Costo de Servicio	9,050	5,275	5,841	2,480	17,464	8,540	1,260	8,843	10,531	13,713	11,711	19,043
Ganancia Administracion	7,340	5,890	6,133	2,903	5,385	3,263	2,363	6,354	8,138	10,041	8,478	12,164
total mes	16,390	11,165	11,974	5,383	12,849	11,803	3,623	15,197	18,669	23,754	20,189	31,207
menos:												
Resultado de Operacion	8,910	5,985	4,460	1,743	17,070	10,799	3,070	16,544	12,015	17,295	13,253	17,603

5. ANEXOS

“RING INTERNACIONAL”

Desde tiempos remotos ha existido una relación simbiótica entre el hombre y el perro. Esta relación en la actualidad se ha tratado de preservar convirtiéndola en un deporte.

Desde hace 2 siglos, en Francia se crearon una serie de pruebas y reglas de RASTREO, OBEDIENCIA (avanzada), AGILIDAD y ATAQUE, para evaluar el grado de relación hombre-perro y efectuar competencias para evaluar cuales son los mejores ejemplares y los más aptos entrenadores, naciendo así el deporte del RING.

Estas pruebas tienen grados de dificultad progresivos entre cada una y consisten en:

BREVET o GRADO HONORARIO

RING I

RING II

RING III

o BREVET

- A) OBEDIENCIA
- 1 Caminado junto con correa
 - 2 Caminado junto con bozal, sin correa ni collar
 - 3 Quieto fuera de vista 2 minutos
 4. Rechazo de alimento con manejador fuera de vista

B) ATAQUE 1. Defensa de manejador El manejador camina con el perro suelto, encuentra a una persona, la saluda y platica. Cuando ésta persona se aleja, el perro camina junto a su manejador pero en reversa cuidándole la espalda

La persona que se aleja, da 5 pasos y gira para atacar al manejador; el perro esperara hasta que la persona agrede a su manejador y entonces lo mordera, mientras se dotonan 2 disparos 9mm de salva por parte del agresor Después de 15 segundos de mordida, el manejador da la orden al perro para que suelte y cuide al agresor para desarmarlo. El ejercicio termina cuando el perro regresa, al llamado, junto a su manejador.

2 Ataque de frente con vara Un agitador amenaza al perro y corre 40 metros para esperarlo de frente hasta que, a la orden del juez, el manejador ordena al perro atacar El ejercicio termina cuando el juez señala al manejador que ordene al perro soltar y regresar a él.

RING I

A) OBEEDIENCIA 1. Mismos ejercicios de Brevet pero sin correa ni collar
2. Recobre de objetos a 20 m.

B) DEFENSA DE MANEJADOR: Igual que en Brevet pero sin detonaciones

C) ATAQUE DE FRENTE CON PISTOLA Una detonación antes de arremeter el perro y otra al morder A la orden del juez, el manejador recorre los 40 m para desarmar al agresor y retira a su perro.

D)AGILIDAD: El perro esta sentado frente a un obstáculo de 1.50 m. el cual debe saltar y automáticamente sentarse,para volver a saltarlo y regresar con su manejador

RING II

A)OBEDIENCIA: 1 Mismos ejercicios que en Ring I
2 *Recobre de un objeto que el manejador avienta sin permitirle al perro ver donde cae.*

B)AGILIDAD: 1. Igual que Ring I pero ahora el obstáculo mide 1 80m. y tras él,hay una fosa de 1 50m de profundidad la cual debe librar.

C)ATAQUE: Los mismos ejercicios de Ring I ,agregando la "guarda de objeto",el cual consiste en dejar al perro cuidando un - bolso o algo similar,sin el manejador a la vista.A la orden del juez aparece el agitador quien trata de robar el objeto al perro,quien no podra atacarlo sino hasta que el agitador se encuentre dentro de un diámetro de 1 m .Si el agitador logra sacar al perro de ése diámetro,éste pierde puntos,al igual que si logra robarle el objeto.

RING III

A) RECÓBRE: Se colocan varios objetos de la misma forma y dimensiones,y el perro debe recobrar el que su manejador colocó

B)AGILIDAD: Se agrega el ejercicio de salto de longitud de 6 m ,y ahora el de altura es de 2 30 m

- C)ATAQUE
1. Ataque de frente con vara: El hombre de ataque agita la vara formando un escudo para no dejarse morder; a la orden del manejador, el perro irá a atacar y tendrá que romper la barrera de vareo.
 - 2 Rastreo de agitador. A la orden del manejador, el perro tendrá que rastrear al hombre de ataque que estará escondido tras una de las 6 mamparas colocadas en el ring. El perro al encontrar al agitador, tendrá que ladrar para avisar al manejador y prevenir al agitador para que no huya Este huirá detonando una salva 9mm y será detenido por el perro, quien lo morderá y custodiara

Cabe mencionar que conforme va subiendo y obteniendo los niveles de Ring, el agitador dificultará el dejarse morder e intensificará con el vareo, el castigo al perro.

OBEDIENCIA

A) BASICA: Caminado junto, sentado automático al hacer alto, cambios de velocidad en el caminado, cambios de posición (sentado, echado, parado), quieto sentado por 1 minuto y quieto echado por 2 minutos

B) AVANZADA: Mismos ejercicios que en la básica pero ahora sin correa y quietos fuera de vista.

Es importante resaltar que en 1994 se realizó el 1er Encuentro Interamericano de Ring Internacional en Denver,EU.,en el cual México obtuvo el 1er Lugar En 1995,se obtuvo nuevamente el 1er Lugar en San Diego,EU. por lo que los Francéses dejaron de considerar a México como una REGION donde se practicaba el Ring,considerandolo ahora como una PROVINCIA de Francia en la que se practica el Ring

Al percatarse de que 17 países (Japón,Coréa,Rusia,Argentina,etc)lo practicaban,los Francéses se comprometieron a no cambiar el reglamento de competencia durante 5 años y cambiaron el nombre de este deporte de RING FRANCES por el de RING INTERNACIONAL

Por méritos propios,México será sede de la 1ª Competencia Mundial de Ring Internacional que se celebrara del 23 al 30 de Mayo de 1999.

6.CONCLUSIONES

1 La empresa es rentable y viable ya que

- a) La inversión inicial es baja y se recupera rápidamente
- b) Los costos de operación son bajos
- c) Los gastos no son fuertes
- d) Las ventas son estables con picos de crecimiento.
- e) El desgaste del equipo es lento y se amortiza a 3 años.
- f) El flujo de efectivo es siempre positivo.

2 Por los resultados obtenidos sería posible abrir una sucursal en otra zona de la ciudad a mediano plazo

7.BIBLIOGRAFIA

1. Hernández, R S y Ballesteros, I.N Fundamentos de Administración McGraw Hill, México 1980.
- 2 Cuaderno estadístico delegacional. Gustavo A Madero D F. INEGI, México 1997.
3. Kotler, P: Mercadotecnia 3ª.edición Prentice Hall, México 1989.