

2ef



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

MERCADOTECNIA VETERINARIA "BASES MERCADOLOGICAS PARA LA INSTALACION DE UNA CLINICA PARA PEQUEÑAS ESPECIES EN LA DELEGACION GUSTAVO A. MADERO".

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA
P R E S E N T A :
R O C I O L E O N M O R E N O

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

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO

1999.

FALLA DE ORIGEN

0271857



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

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

FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES - CUAUTITLÁN



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

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

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

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

Mercadotecnia Veterinaria "Bases Mercadológicas para la instalación de una clínica para pequeños animales en la Delegación Gustavo A. Madero".

que presenta la pasante: Rocío León Moreno,
con número de cuenta: 9115027 - 3 para obtener el Título de:
Medica Veterinaria Zootecnista.

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

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

"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 15 de Febrero de 19 99.

MODULO:	PROFESOR:	FIRMA:
I	M.V.Z. Sergio Cortes y Huerta	
II	M. en C. Antonio Ramón Herrera	
III	Lic. Aminta R. Silva Gómez	

INDICE

	Página
Introducción.	
Definición del Proyecto.	1
Misión.	2
Visión.	3
Organigrama.	4
Descripción de puestos por área de resultados.	5
Información Básica.	10
Externa.	13
Interna.	14
Análisis Situacional.	15
Identificación de oportunidades y problemas.	16
Identificación de fuerzas y debilidades.	18
Análisis del Entorno.	20
Análisis de la Empresa.	24
Planeación Estratégica.	27
Elaboración de objetivos, Estrategias y Programas de Acción.	28
Elaboración de Presupuestos.	36
Presupuesto de Inversiones.	37
Flujo de Efectivo Proyectado.	38
Presupuesto de Costos.	39
Presupuesto de Gastos.	43
Presupuesto de Ventas.	45
Estado de Resultados Proyectado.	49
Conclusiones.	50
Bibliografía.	52
Anexos.	53

INTRODUCCION.

Durante los últimos años México ha vivido un cambio en su cultura y población. El índice de natalidad ha cambiado drásticamente a causa de la crisis económica pero también a una serie de necesidades y satisfactores creados que imponen la nueva economía de consumo.

Cualquiera que sea la causa lo cierto es que actualmente los índices de crecimiento poblacional tienen una relación inversamente proporcional con el nivel socioeconómico de las parejas, ya que mientras menores sean la educación y el poder económico, se tiende a tener un mayor número de hijos. En cambio, la familia de clase media hacia arriba tiende a tener pocos hijos y a la vez incrementa su capacidad de adquisición de bienes y servicios.

Por lo anterior el perro y el gato han venido a formar parte de la nueva familia mexicana. La mascota cuenta ahora con nombre y apellido, duerme en casa y sus amos se interesan más, tanto por curarle como por prevenir enfermedades que pudiesen transmitir a la familia. Estos han dejado de ser el perro callejero y el gato de azotea, para ser el receptor sentimental de esas familias de clase económicamente solvente que ahora exige servicios veterinarios especializados, diagnósticos correctos, laboratorios capacitados y atención las 24 horas del día.

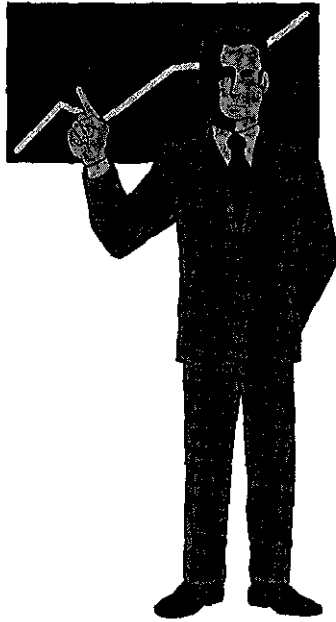
La búsqueda de un servicio profesional de excelencia ha provocado que el Médico veterinario dedicado a pequeñas especies se supere, mejorando sus instalaciones, adquiriendo nuevo equipo y asistiendo a cursos de educación continua.

Sin embargo, desgraciadamente en muchas ocasiones estos cambios no van ligados a una mejora económica, pues si bien la clientela obliga al Médico veterinario a incrementar sus capacidades, esto no funciona igual al momento de cubrir sus honorarios.

El Médico veterinario debe de cambiar su manera de pensar y darse cuenta que el mejor producto que tiene a la venta es su conocimiento y su servicio. Ese producto que tanto se esfuerza por mejorar y tan poco se esfuerza por promocionar. El ser un pequeño o gran empresario en su clínica le da la ventaja de ser su propio jefe, decidir su horario, fijarse metas y otras ventajas, pero

también ofrece algunas desventajas, como no tener prestaciones, reparto de utilidades, seguro social, vacaciones pagadas, jubilación ni retiro.

Por lo tanto el Médico veterinario necesita un arma importante que es la mercadotecnia, debe de conocer las necesidades de sus clientes, pero también debe de saber venderse, darse imagen, administrarse, plantear metas a diferentes plazos, encaminarse hacia ellas y planear a futuro.



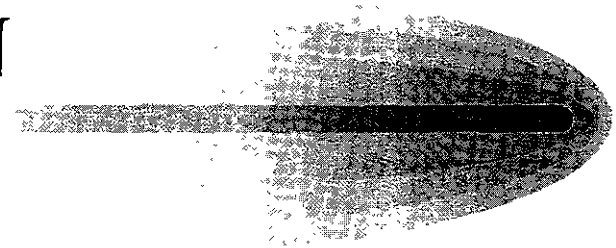
DEFINICION DEL PROYECTO

MISIÓN



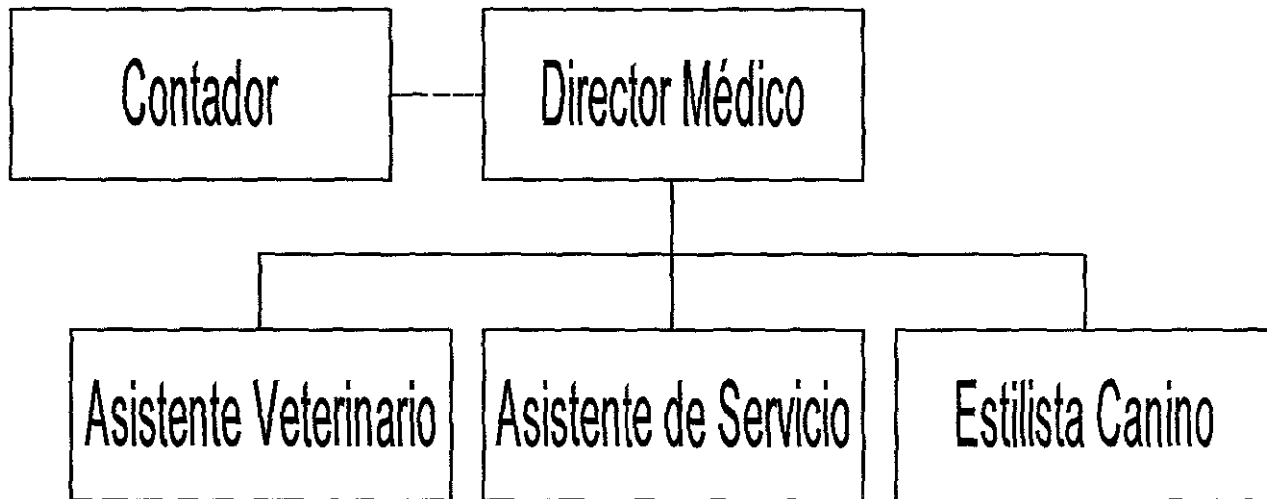
Contribuir a la salud animal ofreciendo un servicio médico rápido y confiable dedicado a pequeñas especies en un ambiente limpio y agradable, además de promover la educación sobre el cuidado y atención de mascotas dando asesoría personalizada a nuestros clientes y amigos fortaleciendo el vínculo persona-mascota.

VISIÓN



Ser una de las mejores clínicas para pequeñas especies en el Distrito Federal, ofreciendo un servicio integral en diagnóstico y asesoría para mascotas.

ORGANIGRAMA



DESCRIPCION DE PUESTOS POR AREA DE RESULTADOS.

PUESTO: *DIRECTOR MEDICO*

MISION: Ser el responsable del buen funcionamiento de la clínica, conformando un equipo de trabajo, en donde cada puesto sea enriquecido con el desarrollo de las capacidades del personal; además de ser el responsable de la rentabilidad del negocio.

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
PLANEACION.	Reunir información básica. Diseñar organigrama. Elaborar descripciones de puesto. Identificar oportunidades y problemas, así como fuerzas y debilidades. Analizar la información. Diseñar planes, estrategias y planes de acción.	Porcentaje de acierto y error. Porcentaje de funcionalidad Porcentaje de carga de trabajo. No. de problemas ó errores. No. de resultados ó aciertos.
ORGANIZACIÓN.	Mantener actualizado el organigrama. Establecer políticas. Establecer procedimientos.	No. de quejas. No. de problemas. No. de reprocesos.
LIDERAZGO.	Selección y contratación de personal. Capacitación y desarrollo del personal. Mantener el concepto de motivación en el personal. Integración del equipo de trabajo.	Índice de rotación del personal. No. de reclamos. Porcentaje de ausencias o renuncias. No. de problemas resueltos

CONTROL.	Monitoreo de resultados de lo planeado	Desviaciones a lo presupuestado.
MANEJO DE PROVEEDORES.	Identificación de proveedores. Evaluación de los proveedores. Negociación con los proveedores. Trato y contacto con los proveedores.	Cartera de proveedores. Tratos cerrados.
PRACTICA PROFESIONAL.	Dar consultas tanto en la clínica como a domicilio. Llegar a los diagnósticos definitivos. Ofrecer los tratamientos indicados. Realizar las cirugías que se requieran de acuerdo a su capacidad.	No. de clientes satisfechos. No. de clientes satisfechos. No. de cirugías exitosas.
SERVICIO AL CLIENTE.	Dar asesoría personalizada sobre el cuidado y atención de mascotas. Buen trato a los pacientes.	No. de clientes que regresan.
AUTOSUPERACION.	Asistencia a cursos. Estudio e información continua.	No. de casos resueltos. Nuevos tratamientos.

PUESTO: *ASISTENTE DE SERVICIO.*

MISION: Contribuir al correcto funcionamiento de la clínica siendo responsable del orden y de la atención al cliente.

AREAS DE RESULTADO	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
ATENCION AL CLIENTE.	Recepción del cliente. Dar servicio de citas y recordatorios.	No. de clientes que regresan. No. de clientes.
MANEJO DE EFECTIVO.	Corte de caja diario. Pago de servicios. Cobro de productos y servicios.	Depósitos en el banco. Comprobantes de pago. Corte de caja.
INSTALACIONES.	Apertura del negocio. Cierre del negocio. Observar la limpieza del lugar. Cuidar el orden de las cosas, productos y servicios.	Horario diario de atención. Porcentaje de quejas. No. de clientes que regresan.

PUESTO: *ASISTENTE VETERINARIO.*

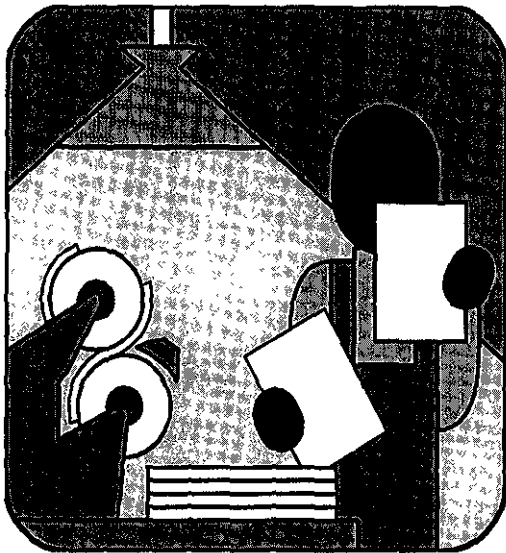
MISION: Contribuir al desempeño de la clínica dando apoyo en el área médica y siendo responsable de la venta de productos y de la limpieza del establecimiento.

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
APOYO AL MÉDICO.	Auxiliar en las consultas. Ser asistente quirúrgico. Realizar secuencia prequirurgica. Realizar secuencia postquirúrgica. Toma y envío de muestras al laboratorio.	No. de consultas al día. Rapidez de las cirugías. Porcentaje de problemas transoperatorios. Pacientes dados de alta.
VENTAS.	Promover productos y servicios Venta de productos. Encargado de inventario.	Porcentaje de ventas. Inventario.
ATENCION AL CLIENTE.	Asesoría técnica sobre los productos en venta.	No. de clientes que regresan.
AUTOSUPERACION.	Estudio de casos.	

PUESTO: *ESTILISTA CANINO.*

MISION: Contribuir al desarrollo del trabajo de la clínica, ofreciendo un servicio limpio y a satisfacción del cliente, dando un buen trato a las mascotas.

AREA DE RESULTADOS	RESPONSABILIDADES	PARAMETROS
SERVICIO DE ESTETICA.	<p>Conocer los diferentes cortes de acuerdo la raza y edad.</p> <p>Reporte al médico del estado físico.</p> <p>Realizar el baño a los perros.</p> <p>Realizar su trabajo rápido y eficientemente.</p> <p>Manejo adecuado del animal.</p>	<p>No. de quejas.</p> <p>No. de clientes que regresan.</p>
SERVICIO AL CLIENTE.	<p>Dar asesoría sobre el tipo de corte y razas.</p> <p>Amabilidad al dueño.</p>	<p>No. de clientes que regresan.</p>
VENTAS.	<p>Promover productos y servicios.</p>	<p>No. de clientes.</p>
EQUIPO.	<p>Reporte periódico del estado funcional del material y equipo.</p>	<p>Porcentaje de equipo deficiente.</p>
LIMPIEZA.	<p>Realizar la limpieza de toda la clínica y en especial la de su área de trabajo.</p> <p>Ser el encargado del material de limpieza.</p>	<p>Porcentaje de quejas.</p>



INFORMACIÓN BÁSICA

INFORMACIÓN BÁSICA.

Datos del mercado (Delegación Gustavo A. Madero)

UBICACIÓN GEOGRAFICA

Coordenadas geográficas	Al norte 19° 36', al sur 19° 27' de latitud norte; al este 99° 03' al oeste 99° 11' de longitud oeste.
Porcentaje territorial	La delegación Gustavo A. Madero representa el 5.9 % de la superficie del Distrito Federal.
Colindancias	La Delegación Gustavo A. Madero colinda al norte y al este con el Estado de México; al sur con las delegaciones Venustiano Carranza y Cuauhtemoc; al oeste con la delegación Azcapotzalco y el estado de México.
Altura promedio	2250 m sobre el nivel del mar.
Temperatura promedio anual	16.9° C.

POBLACION

ANO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
1990	1,268,068	612,459 48.3%	655,609 51.7%
1995	1,256,913	608,453 48.4%	648,460 51.6%

La población total de la Delegación Gustavo A. Madero representa el 14.8% de la población del D.F.

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

ANO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
1990	441,565	301,414	140,151

El 50.7% de la población económicamente activa fluctúa entre los 20 y los 34 años de edad.

**POBLACION OCUPADA SEGÚN SITUACION EN EL
TRABAJO (1990)**

OCUPACION	CANTIDAD
Patrón o empresario	8,807
Empleado, obrero ó peón	337,673
Trabajador por su cuenta	71,222
Trabajador no remunerado	2,037
No especificado	8,435
Total	428,174

El 79% de la población ocupada está catalogada como empleada, obrero o peón.

**POBLACION OCUPADA POR NIVEL DE INGRESO
MENSUAL (1990)**

INGRESO MENSUAL	PORCENTAJE
No recibe ingresos	1.1%
Menos de un salario mínimo	18.8%
De uno a dos salarios mínimos	42.6%
Más de dos y menos de tres salarios mínimos	16.4%
De tres a cinco salarios mínimos	10.8%
Más de cinco salarios mínimos	7.4%
No especificado	2.9%

EDUCACION

	AÑO	MUJERES	HOMBRES
ALFABETISMO	1990	94.3%	97.9%
	1995	95.7%	98.9%
ANALFABETISMO	1990	5.7%	2.1%
	1995	4.3%	1.7%

VIVIENDA (1995)

Tipo de Vivienda	Cantidad	Población	Promedio de ocupantes
Particulares	287,996	1,251,514	4.3
Colectivas	90	5,399	60
Total	288,086	1,256,913	4.4

FUENTE: Cuaderno Estadístico Delegacional Gustavo A. Madero. 1997 INEGI.

INFORMACION EXTERNA

La zona de la clínica cuenta con importantes vías de acceso, al norte se localiza la Av. Talismán (Eje 4 norte), al sur la Av. Victoria, al este la Av. Ing. Eduardo Molina (Eje 3 oriente) y al oeste la Av. Congreso de la Unión. Por lo cual existe la facilidad de transporte y acceso por los cuatro puntos cardinales.

La zona es considerada de buen nivel económico, esta comprendida por 39 calles, las cuales tienen en promedio 20 viviendas particulares (dando un total aproximado de 780 casas habitación) y el 15% son edificios con un promedio de 10 departamentos cada uno.

Por lo anterior se deduce que de 780 viviendas particulares 663 son casas solas y 117 son edificios (dando un total de 1170 depts.).

Tomando como referencia que en cada casa sola y en cada departamento vive una familia obtenemos que son 1883 familias.

La Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia reporta que por cada 40 hogares hay 9 que tiene una o más mascotas, por lo tanto, en la zona existen aproximadamente 896.1 hogares con mascotas.

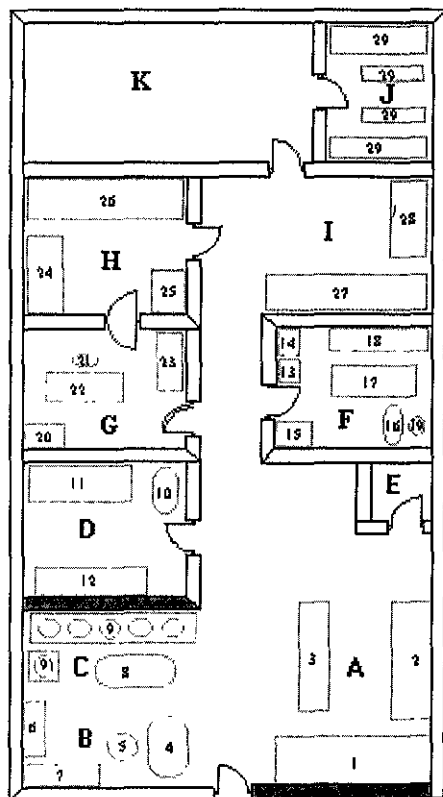
Como dato relevante en la zona sólo existe un consultorio veterinario el cual cuenta con consultas a domicilio, cirugías, vacunaciones, venta de accesorios, acuario y estética. Los precios son accesibles pero la calidad es regular.

INFORMACION INTERNA

La clínica estará ubicada sobre la calle Norte 70 No. 6038 Col. Aragón Inguarán y ofrecerá servicios veterinarios especializados para pequeñas especies, en donde lo más importante será la atención al cliente.

Los servicios que se ofrecerán son:

- Consultas.
- Cirugías.
- Estética.
- Venta de accesorios.
- Venta de alimento.
- Hospitalización.
- Pensión.



A Area de Ventas.

1. Mostrador
2. Anaquel
3. Vitrina

B Recepción.

- 4.- Escritorio.
- 5.- Silla
- 6.- Librero
- 7.- Archivero

C Sala de Espera.

- 8.- Mesa
- 9.- Sillón

D Estética.

- 10.- Tina de Baño
- 11.- Estante
- 12.- Mesa de Estética

E Baño.

F Consultorio.

- 13.- Refrigerador
- 14.- Esterilizador
- 15.- Tarja
- 16.- Escritorio
- 17.- Mesa de Exploración.
- 18.- Anaquel
- 19.- Silla

G Area de Cirugía.

- 20.- Mesa de Mayo
- 21.- Lampara
- 22.- Mesa de Cirugía
- 23.- Estante

H Zona de Hospitalización.

- 24.- Jaula
- 25.- Estante
- 26.- Jaula

I Zona de Pensión.

- 27.- Jaula
- 28.- Jaula

J Almacén.

- 29.- Anaquel

K Patio.



ANÁLISIS SITUACIONAL

ANALISIS SITUACIONAL

IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS.

AREAS DE INFLUENCIA	OPORTUNIDADES	PRIO	PROBLEMAS	PRIO
MERCADO	- Moda por adquisición de mascotas.	1	- Poca costumbre de acudir al veterinario (idiosincrasia).	16
	- Nivel socioeconómico medio-superior.	4		
	- Necesidad de mayor seguridad en el hogar.	3		
COMPETENCIA.	- Poca competencia.	5	- Ofrece servicio integral.	10
			- Mayor experiencia.	11
PROVEEDORES.	- Disposición rápida y de fácil acceso de productos y servicios.	6	- Pérdida de tiempo en negociaciones.	17
	- Compras por mayoreo.	9	- Diagnósticos de laboratorio tardíos.	12
	- Diversidad de opciones de compra.	8	- Mínimos de compra.	18
	- Actualización con nueva información y productos novedosos.	10	- Condiciones de venta inconvenientes.	19
ECONOMIA.	- Tratado de Libre Comercio.	20	- Alza de precios e impuestos.	1
			- Devaluación	2
			- Equipo médico cotizado en dólares.	3
			- Disminución del poder adquisitivo.	4
GOBIERNO.	- Campaña Nacional de Vacunación y esterilización.	14	- Numerosa reglamentación.	5
			- Numerosos trámites.	6
			- Corrupción.	7

SOCIEDAD.	- Nivel de educación medio-superior.	11	- Deficiente seguridad en el Distrito Federal.	8
	- Acceso a medios de comunicación masiva.	12		
	- Aumento de influencia extranjera.	17		
	- Mayor educación sobre el cuidado de mascotas.	13		
CLIMA.	- Enfermedades propias de cada estación..	18	- Con mal clima disminuye la clientela.	22
ECOLOGIA.	- Educación para el cuidado del medio ambiente.	19	- Difícil eliminación de desechos tóxicos y cadáveres.	21
TECNOLOGICO.	- Introducción de productos novedosos.	15	- Alto costo.	20
	- Aprovechamiento de tecnología (fax, computadora, etc.).	16		
	- Vías de comunicación.	7		
FISCAL.			- Alza de impuestos.	1
			- Declaración de impuestos.	14
			- Necesidad de contador.	13
			- Cambios en la reglamentación.	15
SEGURIDAD SOCIAL.	- Mayor adquisición de mascotas para seguridad.	2	- Mayor índice de robos a negocios. - Introducción de productos piratas.	9 23

IDENTIFICACION DE FUERZAS Y DEBILIDADES.

AREAS DE GESTION	FUERZAS	PRIO	DEBILIDADES	PRIO
CAPITAL.	- Local propio.	2	- Falta de liquidez. - Falta de créditos.	1 4
CLIENTELA.	- Conocimiento de sus necesidades. - Lealtad del cliente.	9 10	- Poca clientela.	5
NIVEL TECNICO.	- Experiencia en medicina preventiva. - Experiencia en radiología. - Uso de tecnología para el manejo de proveedores y clientes.	14 15 16	- Falta de experiencia en ortopedia.	7
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	-M.V.Z. titulado como director médico. - Organigrama establecido.	11 12	- Falta de personal capacitado para las demás áreas.	6
POLITICAS Y PROCEDIMIENTOS.	- Son adecuados a las actividades de la empresa en sus diferentes áreas.	13	- No están impresas y a la vista de todo el personal.	11
PLANES Y OBJETIVOS.	- Se tienen planes y objetivos para el desarrollo y crecimiento de la empresa.	17	- No se cuentan con estrategias bien definidas para alcanzarlos.	10
COSTOS.			- Se desconocen.	2
GASTOS.			- Se desconocen.	3
COMPETITIBILIDAD.	- Buena ubicación de la clínica. - Servicio médico rápido y confiable. - Ambiente limpio y agradable. - Asesoría personalizada a clientes.	1 3 4 5	- No hay medio de eliminación de cadáveres. - No se da atención integral. - No se cuenta con vehículo.	12 8 13

	- Consultas a domicilio.	6		
	- Precios accesibles.	7		
	- Publicidad y promoción	8		
INSTALACIONES.	- Se cuenta con los servicios básicos.	2	- Falta de mobiliario.	9

ANALISIS DEL ENTORNO

OPORTUNIDADES	ACCIONES DE DESARROLLO
<ul style="list-style-type: none"> - Moda por adquisición de mascotas. - Mayor adquisición de mascotas para seguridad. - Necesidad de mayor seguridad en el hogar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer promociones en medicina preventiva para cachorros. - Ofrecer asesoría sobre la elección de mascotas. - Promover la educación sobre la importancia de las mascotas y su finalidad zootécnica en la guardia y protección.
<ul style="list-style-type: none"> - Nivel socioeconómico medio-superior. - Nivel de educación medio-superior. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar campañas de publicidad para mayor captación de clientes. - Ofrecer productos novedosos.
<ul style="list-style-type: none"> - Poca competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer un servicio honesto y con responsabilidad. - Adoptar una actitud de superación y reto.
<ul style="list-style-type: none"> - Disposición rápida y de fácil acceso de productos y servicios. - Vías de comunicación accesibles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer servicio a domicilio. - Ofrecer un servicio rápido. - Manejar a los proveedores oportunamente. - Agilizar negociaciones con clientes y proveedores.
<ul style="list-style-type: none"> - Diversidad de opciones para adquirir productos y servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar compras de acuerdo al capital disponible. - Elegir los mejores productos en cuanto a calidad y precio.
<ul style="list-style-type: none"> - Compras por mayoreo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir productos a un mejor precio y con oportunidad de almacenarlos. - Tener mayor existencia de productos.
<ul style="list-style-type: none"> - Actualización con nueva información y productos novedosos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitar boletines informativos a los proveedores acerca de sus productos. - Solicitar información acerca de productos nuevos antes de utilizarlos.
<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a medios de comunicación masiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pagar anuncios en publicaciones locales. - Difundir los productos y servicios. - Promover el cuidado a las mascotas.
<ul style="list-style-type: none"> - Mayor educación sobre el cuidado de mascotas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover los servicios médicos veterinarios. - Ofrecer asesoría personalizada sobre el cuidado de mascotas.

- Campaña nacional de vacunación y esterilización.	- Contribuir a la campaña ofreciendo el servicio para promoción del negocio.
- Introducción de productos novedosos.	- Ofrecer nuevos productos al cliente. - Mantener constante la innovación de productos. - Actualizar constantemente la información técnica.
- Aprovechamiento de tecnología.	- Utilizar la computadora para manejo de clientes y proveedores, así como para mantener al día la información técnica.
- Aumento de influencia extranjera.	- Promover la atención médica a las mascotas. - Ofrecer productos de importación al cliente.
- Enfermedades propias de la estación	- Ofrecer promociones de acuerdo a la incidencia de enfermedades en cada estación del año.
- Educación sobre el cuidado del medio ambiente.	- Promover la recolección de excretas de las mascotas que salen a pasear con sus dueños. - Promover el cuidado de la flora y fauna en general.
- Tratado de Libre Comercio.	- Adquirir mayor información actualizada de nuestra área para ser más competitivos.

PROBLEMAS	POSIBLE MITIGACION
<ul style="list-style-type: none"> - Alza de precios e impuestos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir productos por mayoreo para disminuir costos. - Mantener flujo de efectivo. - Evitar deudas.
<ul style="list-style-type: none"> - Devaluación. - Equipo médico cotizado en dólares. 	<ul style="list-style-type: none"> - Disminuir compras de productos de importación. - Evitar créditos en dólares. - Comprar productos nacionales. - Comprar el equipo médico de acuerdo al capital disponible.
<ul style="list-style-type: none"> - Disminución del poder adquisitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuar precios a la economía de la zona. - Realizar campañas de promoción y descuentos. - Ofrecer productos de costo accesible a nuestros clientes.
<ul style="list-style-type: none"> - Numerosa reglamentación. - Numerosos trámites. - Corrupción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitar asesoramiento legal y administrativo. - Realizar los trámites con tiempos anticipado. - Evitar sobornos. - Cumplir con las normas y reglas establecidas.
<ul style="list-style-type: none"> - Deficiente seguridad en el Distrito Federal. - Mayor índice de robos a negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover el entrenamiento canino para guardia y protección. - Instalar sistemas de seguridad en nuestro negocio.
<ul style="list-style-type: none"> - Servicio integral dado por la competencia. - Mayor experiencia de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir nuevos conocimientos del área. - Adoptar prácticas médicas novedosas. - Ofrecer otras alternativas médicas a los clientes.
<ul style="list-style-type: none"> - Diagnósticos de laboratorio tardíos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elegir un laboratorio que sea rápido y eficiente. - Capacitar al personal para realizar prácticas de laboratorio sencillas para realizarlas en el consultorio.
<ul style="list-style-type: none"> - Necesidad de contador. - Declaración de impuestos. - Cambios en la reglamentación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tomar un curso de contabilidad básica. - Solicitar asesoría legal y contable.

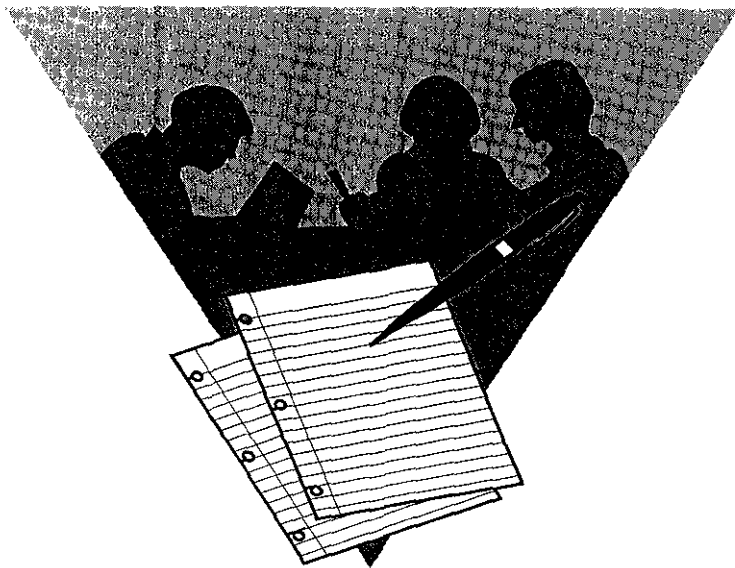
<ul style="list-style-type: none"> - Idiosincrasia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tratar amablemente al cliente. - Respetar al cliente, sus preferencias y costumbres. - Mostrar resultados del servicio y de los productos.
<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de tiempo en negociaciones. - Mínimos de compra. - Condiciones de venta inconvenientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer un horario específico para el manejo de proveedores. - Realizar pedidos por teléfono. - Tener inventario al día y saber que hace falta. - Determinar el uso de cada producto y su capacidad de almacenamiento - Pedir información por escrito de los productos.
<ul style="list-style-type: none"> - Alto costo de la tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir los servicios poco a poco, de acuerdo a la disposición de efectivo.
<ul style="list-style-type: none"> - Eliminación de desechos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer un servicio de cremación a los clientes incluyendo el costo a su cuenta.
<ul style="list-style-type: none"> - Variaciones climáticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener productos almacenados para cualquier emergencia. - Ofrecer descuentos en época de lluvias
<ul style="list-style-type: none"> - Introducción de productos pirata. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manejar productos de buena calidad. - Rechazar productos de origen dudoso.

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

FUERZAS	APLICACION
- Ubicación de la clínica.	- Favorecer la identificación del negocio con la gente que transita por la zona.
- Local propio. Se cuenta con los servicios básicos.	- Disminuir gastos por renta. - Evitar problemas con arrendadores. - Utilizar a conveniencia el local y los servicios.
- Servicio médico rápido y confiable. - Ambiente limpio y agradable. - Precios accesibles.	- Favorecer el posicionamiento con los clientes. - Crear un prestigio de servicio en la zona. - Mantener clientes satisfechos. - Aumentar el precio de algunos servicios con valor agregado.
- Asesoría personalizada.	- Dar un servicio a satisfacción del cliente. - Favorecer el acercamiento y la confianza con los clientes. - Atraer clientes exigentes.
- Consultas a domicilio.	- Dar servicio a personas que no puedan transportar a su mascota. - Ampliar zona de acción.
- Publicidad y promoción.	- Captar la atención de posibles clientes. - Dar a conocer el negocio más personas.
- Conocimiento de las necesidades del mercado.	- Ofrecer productos y servicios solicitados. - Promover los servicios. - Mejorar la atención al cliente.
- Lealtad del cliente.	- Promover la atención de la clínica por medio de recomendaciones.
- M.V.Z. titulado como director médico.	- Favorecer el prestigio de la clínica. - Ofrecer un servicio profesional y capaz.
- Organigrama establecido.	- Favorecer la organización de actividades en la clínica. - Asignar actividades y responsabilidades específicas a cada empleado de la clínica.
- Políticas y procedimientos adecuados.	- Favorecer la realización de las actividades en la clínica. - Reglamentar las actividades de la clínica.

<p>- Experiencia en medicina preventiva.</p>	<p>- Promoción en vacunaciones y desparasitaciones. - Ofrecer productos de buena calidad, de acuerdo a la especie y raza del paciente.</p>
<p>- Experiencia en radiología.</p>	<p>- Ofrecer la alternativa de una placa radiográfica para diagnóstico, interpretándola correctamente. - Adquirir un aparato de Rayos X.</p>
<p>- Uso de tecnología.</p>	<p>- Utilizar computadora para manejo de clientes y proveedores. - Utilizar fax para recibir diversa información.</p>
<p>- Planes y Objetivos para desarrollo de la empresa.</p>	<p>- Cumplir con la misión y visión de la empresa. - Contribuir al desarrollo del negocio y a la expansión del mismo.</p>

DEBILIDADES.	QUE IMPIDE	CORRECCION.
- Falta de liquidez.	- Iniciar el negocio.	- Pedir crédito.
- Se desconocen los costos. - Se desconocen los gastos.	- Saber cuanto dinero se requiere para iniciar el negocio y mantenerlo.	- Realizar un análisis de presupuestos de inversiones, gastos y ventas.
- Falta de crédito.	- Tener capital para iniciar el negocio.	- Solicitar crédito en diferentes bancos.
- Poca clientela.	- Tener efectivo disponible. - Iniciar el negocio.	- Manejo de crédito. - Realizar campañas de publicidad.
- Falta de personal capacitado.	- Realizar las actividades de la clínica adecuadamente.	- Contratar personas capacitadas. - Estímulos económicos. - Reconocimientos al buen desempeño.
- Falta de experiencia en ortopedia.	- Atender problemas ortopédicos.	- Tomar cursos de ortopedia y practicar cirugías.
- No se ofrece atención integral.	- Ofrecer un servicio total dentro del mismo establecimiento.	- Canalizar pacientes al laboratorio. - Contactar especialistas cuando se requiera apoyo.
- Falta de mobiliario.	- Dar un servicio adecuado y cómodo a los clientes.	- Adquirir el mobiliario de acuerdo a los recursos obtenidos.
- No se tienen estrategias de acción.	- Realizar los objetivos y alcanzar las metas.	- Plantear bien los objetivos y trazar estrategias y medios para alcanzarlos.
- Las políticas no están a la vista del personal.	- Que el personal las conozca y las aplique.	- Imprimir las políticas y procedimientos y colocarlas en un lugar visible para todos.
- No se cuenta con medio de eliminación de cadáveres.	- No poder proporcionar un servicio de cremación.	- Contratar servicio de recolección de desechos orgánicos y de incineración.
- No se cuenta con vehículo.	- Realizar un rápido desplazamiento para las visitas domiciliarias.	- Adquirir un vehículo.



PLANEACION ESTRATÉGICA

PLANEACION ESTRATEGICA

ENERO – DICIEMBRE 1999

AREA DE RESULTADOS: PROMOCION.

FECHA: 15 DE ENERO DE 1999.

OBJETIVO: 1.- Realizar una campaña de promoción continua durante el año 1999 no excediendo de un presupuesto anual de \$3,200.00.

ESTRATEGIAS:

- 1.1.- Promover la importancia del cuidado de la fauna en general y ofrecer asesoría en los temas de biología en apoyo a las escuelas primarias y secundarias de la zona, mencionando la apertura del negocio.
- 1.2.- Pagar anuncios en publicaciones locales.
- 1.3.- Difundir la variedad de productos y servicios en volantes informativos
- 1.4.- Favorecer la identificación del negocio con la gente que transita por la zona.
- 1.5.- Ofrecer una promoción por mes.

PLANES DE ACCION	INICIO	TERMINO	RESPONSABLE
1.1.1. - Delimitar zona de acción.	16/enero	17/enero	Director Médico.
1.1.2. - Elaborar un directorio de escuelas primarias y otro de secundarias.	18/enero	20/enero	Director Médico.
1.1.3. - Elaborar un folleto didáctico.	21/enero	25/enero	Director Médico.
1.1.4. - Contactar a los profesores del área de Ciencias Naturales y/o Biología..	26/enero	28/enero	Director Médico.
1.1.5. - Proponer a los profesores el apoyo a ciertos temas del programa de estudios por medio de pláticas semanales.	28/enero	29/enero	Director Médico.
1.1.6. - Visitar a cada escuela una vez por semana.	01/febrero	Permanente.	Director Médico.
1.1.7. - Favorecer el acercamiento de los niños con el veterinario proporcionándoles material de estudio, ya sea biológico para sus prácticas o bibliográfico.	01/febrero	Permanente.	Director Médico.

1.2.1. - Contactar a los editores.	18/enero	19/enero	Director Médico.
1.2.2. - Elaborar anuncio publicitario.	20/enero	21/enero	Director Médico.
1.2.3. - Publicar anuncio semanalmente.	22/enero	Permanente.	Director Médico.
1.3.1. - Identificar zonas de mayor afluencia de gente.	18/enero	20/enero	Director Médico.
1.3.2. - Elaborar volantes.	20/enero	23/enero	Director Médico.
1.3.3. - Repartir volantes en las zonas identificadas y casa por casa.	24/enero	31/enero	Asistente de Servicio.
1.4.1. - Contactar a algún rotulista.	21/enero	22/enero	Director Médico.
1.4.2. - Solicitar rótulos grandes y llamativos para el exterior del local.	23/enero	24/enero	Director Médico.
1.5.1. - Planear una promoción novedosa por mes identificándola con la época.	20/enero	Permanente	Director Médico.
1.5.2. - Solicitar una manta especificando cada promoción al inicio de cada mes.	30/enero	Permanente	Director Médico.
1.5.3. - Elaborar volantes especificando cada promoción por mes.	30/enero	Permanente	Director Médico.
1.5.4. - Repartir volantes en las zonas de mayor afluencia de gente al inicio de cada mes.	01/febrero	Permanente	Asistente de Servicio.

OBJETIVO: 2. - Favorecer que las ventas totales vayan en aumento desde la apertura del negocio y que al finalizar 1999 se obtenga un promedio mensual de \$33,000.00.

ESTRATEGIAS:

- 2.1.- Ofrecer descuentos a clientes leales ó nuevos.
- 2.2.- Ofrecer asesoría sobre la especie y raza del paciente promoviendo los productos y/o servicios que satisfagan sus necesidades.
- 2.3.- Ofrecer un servicio a satisfacción del cliente buscando la recomendación personal.
- 2.4.- Ofrecer servicios y/o productos en paquete.
- 2.5.- Manejar la Campaña Nacional de Vacunación antirrábica como medio para atraer clientes.

PLANES DE ACCION	INICIO	TERMINO	RESPONSABLE
2.1.1. - Elaborar un directorio de clientes leales.	21/enero	22/enero	Director Médico.
2.1.2. - Identificar a los clientes nuevos.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.1.3. - Ofrecer descuento de 10% a partir de la segunda visita durante el mismo mes.	22/enero	Permanente	Director Médico.
2.2.1. - Elaborar un expediente por paciente detallando su historia clínica y los datos relevantes del dueño.	20/enero	Permanente	Director Médico.
2.2.2. - Identificar las necesidades de cada paciente con referencia a su dueño y emitir en cada caso una opinión adecuada.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.2.3. - Promover la recolección de excretas a los clientes que salgan a pasear con sus mascotas.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.2.4. - Promover el entrenamiento canino como medida de seguridad a todos los clientes.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.2.5. - Difundir a todos los clientes la importancia de la medicina preventiva como protección a su salud y a la de sus mascotas.	21/enero	Permanente	Director Médico.

2.3.1. - Adecuar los precios de acuerdo a la zona y a la demanda de cada servicio y/o producto.	20/enero	Permanente	Director Médico.
2.3.2. - Contar con los productos de mayor demanda en la zona, así como también con productos novedosos.	20/enero	Permanente	Director Médico.
2.3.3. - Mantener una actitud permanente de trato amable y de respeto a los clientes.	20/enero	Permanente	Director Médico
2.3.4. - Favorecer el acercamiento y la confianza con los clientes en cada visita, obteniendo datos de sus necesidades y preferencias.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.3.5. - Ofrecer descuentos por cada cliente nuevo que llegue por recomendación.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.3.6. - Ofrecer asesoría y garantía sobre los productos en venta.	22/enero	Permanente	Director Médico.
2.3.7. - Mostrar en cada caso resultados del servicio y de los productos.	22/enero	Permanente	Director Médico.
2.3.8. - Ofrecer servicio de consulta a domicilio.	10/octubre	Permanente	Director Médico
2.3.9. - Dar el servicio de recepción y entrega de mascotas a domicilio.	10/octubre	Permanente	Asistente Veterinario.
2.4.1. - Planear paquetes de servicio y/o accesorios.	20/enero	25/enero	Director Médico.
2.4.2. - Promocionar cada paquete y sus ventajas a cada persona que visite la clínica.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.4.3. - Promover los paquetes en los volantes elaborados mensualmente.	21/enero	Permanente	Director Médico.
2.5.1. - Solicitar a la S.S.A. las fechas de la campaña de vacunación.	28/enero	29/enero	Director Médico.
2.5.2. - Contactar a las autoridades encargadas de la distribución de módulos de vacunación.	01/febrero	03/febrero	Director Médico.
2.5.3. - Ofrecer nuestros servicios y la clínica como módulo de vacunación.	03/febrero	04/febrero	Director Médico.
2.5.4. - Participar en la campaña y así mismo promover los servicios que se ofrecen a las personas que acudan a vacunar a sus mascotas.			Director Médico.

OBJETIVO: 3. - Ofrecer un servicio integral al 100% de los pacientes durante el año de 1999.

ESTRATEGIAS:

- 3.1.- Manejar permanentemente la política de examinar físicamente a todo paciente que acuda a la clínica.
- 3.2.- Canalizar a los pacientes que requieran exámenes especiales al laboratorio.
- 3.3.- Canalizar a los pacientes que requieran la atención de algún especialista.
- 3.4.- Ofrecer el servicio de cremación.
- 3.5.- Ofrecer el servicio de transporte a paciente graves.

PLANES DE ACCIÓN	INICIO	TERMINO	RESPONSABLE
3.1.1. - Implementar un procedimiento para realizar el examen físico a los pacientes.	20/enero	21/enero	Director Médico.
3.1.2. - Imprimir el procedimiento y ponerlo a la vista del personal de la clínica.	21/enero	26/enero	Director Médico.
3.1.3. - Examinar a todo paciente que acuda ya sea a consulta o a estética.	22/enero	Permanente	Director Médico.
3.1.4. - Reportar dicho examen al expediente de cada paciente.	22/enero	Permanente	Director Médico y Asistente Veterinario.
3.2.1. - Contactar algún laboratorio eficaz y rápido en la realización de diagnósticos.	22/enero	23/enero	Director Médico.
3.2.2. - Proponer al cliente si el caso lo amerita la canalización al laboratorio.	24/enero	Permanente	Director Médico.
3.3.1. - Proponer al cliente la opción de acudir a algún especialista en caso que se requiera.	22/enero	Permanente	Director Médico.
3.3.2. - Contactar a algún especialista en el área que se requiera y canalizar al paciente.	22/enero	Permanente	Director Médico.
3.4.1. - Contactar a algún laboratorio que ofrezca el servicio de cremación.	23/enero	24/enero	Director Médico.
3.4.2. - Ofrecer el servicio de cremación y la entrega de cenizas al cliente.	25/enero	Permanente	Director Médico.

3.5.1. - Adquirir una camioneta y acondicionarla para transportar pacientes.	05/octubre	06/octubre	Director Médico.
3.5.2. - Ofrecer el servicio de transporte de pacientes ya sea para consulta, estética, al laboratorio o al especialista.	10/octubre	Permanente	Director Médico.
3.5.3. - Realizar la desinfección del vehículo cada vez que se realice el transporte de un paciente.	10/octubre	Permanente	Asistente Veterinario.

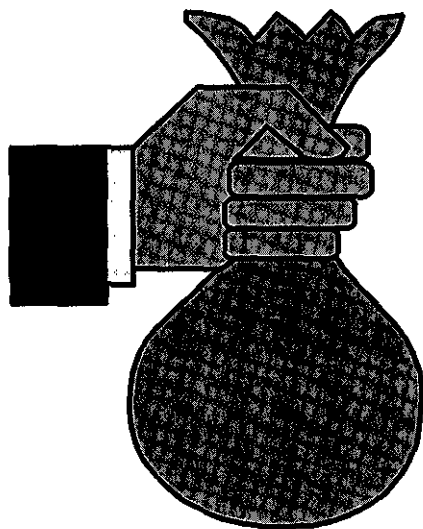
OBJETIVO: 4. - Adquirir actualización y conocimientos en otras áreas afines tomando como mínimo tres cursos durante el año.

ESTRATEGIAS:

- 4.1.- Capacitar al personal en las áreas de ortopedia, análisis clínicos y estética.
- 4.2.- Adquirir suscripción a sistemas nacionales e internacionales de información.
- 4.3.- Tomar curso de bases administrativas y contables.
- 4.4.- Aprender el idioma ingles.
- 4.5.- Adquirir información por medio de publicaciones sobre el área.

PLANES DE ACCION	INICIO	TERMINO	RESPONSABLE
4.1.1. - Solicitar calendario de cursos a la AMMVEPE.	31/enero	06/febrero	Director Médico.
4.1.2. - Programar agenda del personal para tomar los cursos.	07/febrero	15/febrero	Director Médico.
4.1.3. - Asistir al curso de Ortopedia.			Director Médico.
4.1.4. - Asistir al curso de Análisis clínicos.			Director Médico y Asistente Veterinario
4.1.5. - Asistir al curso de Estética.			Estilista.
4.2.1. - Solicitar suscripción a Internet.	01/febrero	05/febrero	Director Médico.
4.2.2. - Solicitar suscripción a la AMMVEPE.	01/febrero	05/febrero	Director Médico.
4.2.3. - Adquirir un programa de consulta en computadora, sobre temas del área.	05/febrero	06/febrero	Director Médico.
4.3.1. - Solicitar información sobre cursos en la Facultad de Contaduría y Administración.	08/febrero	10/febrero	Director Médico.
4.3.2. - Programar agenda del director para la asistencia al curso.	10/febrero	11/febrero	Director Médico.
4.3.3. - Asistir al curso.			Director Médico.
4.4.1. - Elegir alguna academia de inglés.	15/febrero	16/febrero	Director Médico.
4.4.2. - Elegir algún plan de cursos.	16/febrero	17/febrero	Director Médico.
4.4.3. - Iniciar los cursos.	20/febrero	Permanente	Director Médico.

4.5.1. - Solicitar boletines editados por los laboratorios a los proveedores.	01/febrero	Permanente	Director Médico.
4.5.2. - Adquirir información acerca de los productos nuevos aplicados al área médica.	02/febrero	Permanente	Director Médico.



ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN (ENERO - DICIEMBRE 1999)

CONCEPTO	ENERO	FEB.	MAR.	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Acondicionamiento del Local	\$3,000.00												\$3,000.00
Mesa de exploración.	\$2,000.00												\$2,000.00
Mesa de cirugía			\$2,000.00										\$2,000.00
Mesa de estética.	\$1,500.00												\$1,500.00
Refrigerador.	\$2,000.00												\$2,000.00
Estenilizador.			\$1,000.00										\$1,000.00
Portasueros.			\$1,000.00										\$1,000.00
Lampara.			\$1,000.00										\$1,000.00
Mesa Mayo.			\$1,500.00										\$1,500.00
Tina de baño.	\$1,000.00												\$1,000.00
Escritorios.					\$4,000.00								\$4,000.00
Anaqueles.	\$1,900.00												\$1,900.00
Archivero.			\$1,800.00										\$1,800.00
Librero.					\$1,500.00								\$1,500.00
Mostrador.	\$1,650.00												\$1,650.00
Vitrina.	\$2,000.00												\$2,000.00
Estantes.	\$1,170.00												\$1,170.00
Sillones.	\$1,500.00												\$1,500.00
Jaulas.					\$6,000.00								\$6,000.00
Computadora.		\$7,500.00											\$7,500.00
Equipo de estética.	\$6,000.00												\$6,000.00
Instrumental de cirugía.	\$1,500.00												\$1,500.00
Camioneta.										\$100,000.00			\$100,000.00
Celular.						\$2,000.00							\$2,000.00
Microscopio.								\$5,000.00					\$5,000.00
Fax						\$1,000.00							\$1,000.00
SUBTOTAL	\$25,220.00	\$7,500.00	\$8,300.00		\$11,500.00	\$3,000.00		\$5,000.00		\$100,000.00			\$160,520.00
I. V. A. (15%)	\$3,783.00	\$1,125.00	\$1,245.00		\$1,725.00	\$450.00		\$750.00		\$15,000.00			\$24,078.00
TOTAL	\$29,003.00	\$8,625.00	\$9,545.00		\$13,225.00	\$3,450.00		\$5,750.00		\$115,000.00			\$184,598.00

FLUJO DE EFECTIVO (ENERO - DICIEMBRE 1999)

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.
SALDO BANCOS	\$55,000.00	\$20,049.00	\$10,949.00	\$5,762.00	\$10,124.00	\$1,601.00	\$6,603.00	\$20,882.00	\$21,419.00	\$27,483.00	\$2,173.00	\$15,302.00
INGRESOS												
VENTAS/COBROS	\$16,983.00	\$20,178.00	\$26,704.00	\$26,918.00	\$28,387.00	\$34,194.00	\$40,854.00	\$29,924.00	\$30,704.00	\$37,635.00	\$42,830.00	\$45,495.00
PRESTAMO/CREDITO										\$80,000.00		
SUMA INGRESOS MAS BANCO	\$71,983.00	\$40,227.00	\$37,653.00	\$32,680.00	\$38,511.00	\$35,795.00	\$47,457.00	\$50,806.00	\$52,123.00	\$145,118.00	\$45,003.00	\$60,797.00
EGRESOS												
INVERSION	\$29,003.00	\$8,625.00	\$9,545.00	\$0.00	\$13,225.00	\$3,450.00	\$0.00	\$5,750.00	\$0.00	\$115,000.00	\$0.00	\$0.00
COSTO	\$8,881.00	\$9,703.00	\$11,546.00	\$11,606.00	\$12,885.00	\$14,792.00	\$15,775.00	\$12,687.00	\$13,840.00	\$16,495.00	\$18,401.00	\$19,191.00
GASTO	\$14,050.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$11,450.00	\$11,300.00	\$11,500.00
PAGO CREDITO												
SUMA EGRESOS	\$51,934.00	\$29,278.00	\$31,891.00	\$22,556.00	\$36,910.00	\$29,192.00	\$26,575.00	\$29,387.00	\$24,640.00	\$142,945.00	\$29,701.00	\$30,691.00
SALDO	\$20,049.00	\$10,949.00	\$5,762.00	\$10,124.00	\$1,601.00	\$6,603.00	\$20,882.00	\$21,419.00	\$27,483.00	\$2,173.00	\$15,302.00	\$30,106.00

PRESUPUESTO DE COSTOS DE SERVICIOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

SERVICIO	COSTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Consulta.	\$15.00	10	\$150.00	11	\$165.00	13	\$195.00	10	\$150.00	12	\$180.00	14	\$210.00
Consulta a domicilio.	\$20.00	4	\$80.00	5	\$100.00	6	\$120.00	4	\$80.00	5	\$100.00	6	\$120.00
Desparasitación.	\$15.00	10	\$150.00	12	\$180.00	14	\$210.00	8	\$120.00	9	\$135.00	12	\$180.00
Vacuna Parvovirus.	\$30.00	8	\$240.00	8	\$240.00	6	\$180.00	6	\$180.00	7	\$210.00	8	\$240.00
Vacuna Triple canina.	\$30.00	6	\$180.00	7	\$210.00	6	\$180.00	4	\$120.00	5	\$150.00	6	\$180.00
Vacuna Antirrábica.	\$20.00	8	\$160.00	10	\$200.00	15	\$300.00	5	\$100.00	8	\$160.00	9	\$180.00
Vacuna Triple felina.	\$40.00	3	\$120.00	3	\$120.00	4	\$160.00	2	\$80.00	3	\$120.00	4	\$160.00
Vacuna Leucemia viral fel.	\$50.00	0	\$0.00	1	\$50.00	1	\$50.00	0	\$0.00	1	\$50.00	2	\$100.00
Caudectomía.	\$45.00	5	\$225.00	6	\$270.00	6	\$270.00	4	\$180.00	5	\$225.00	6	\$270.00
OtectoMía.	\$60.00	2	\$120.00	2	\$120.00	3	\$180.00	2	\$120.00	3	\$180.00	4	\$240.00
OVH perras.	\$100.00	1	\$100.00	2	\$200.00	3	\$300.00	0	\$0.00	2	\$200.00	3	\$300.00
OVH gatas.	\$80.00	2	\$160.00	3	\$240.00	4	\$320.00	0	\$0.00	3	\$240.00	4	\$320.00
Cesáreas.	\$150.00	0	\$0.00	0	\$0.00	2	\$300.00	1	\$150.00	2	\$300.00	2	\$300.00
Cirugías especiales.	\$300.00	0	\$0.00	0	\$0.00	1	\$300.00	0	\$0.00	1	\$300.00	2	\$600.00
Castración de perro.	\$50.00	0	\$0.00	0	\$0.00	1	\$50.00	1	\$50.00	1	\$50.00	2	\$100.00
Castración de gato.	\$40.00	1	\$40.00	2	\$80.00	3	\$120.00	1	\$40.00	2	\$80.00	3	\$120.00
Estética perro grande.	\$20.00	3	\$60.00	4	\$80.00	5	\$100.00	4	\$80.00	5	\$100.00	6	\$120.00
Estética perro mediano.	\$15.00	3	\$45.00	4	\$60.00	5	\$75.00	5	\$75.00	4	\$60.00	6	\$90.00
Estética perro chico.	\$10.00	5	\$50.00	6	\$60.00	8	\$80.00	6	\$60.00	6	\$60.00	8	\$80.00
Día de pensión animal gde.	\$15.00	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00	45	\$675.00	5	\$75.00	4	\$60.00
Día de pensión animal med	\$10.00	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00	30	\$300.00	5	\$50.00	4	\$40.00
Día de pensión animal chic	\$8.00	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00	30	\$240.00	15	\$120.00	10	\$80.00
Día de hosp. animal gde.	\$30.00	0	\$0.00	5	\$150.00	10	\$300.00	15	\$450.00	15	\$450.00	15	\$450.00
Día de hosp. animal med.	\$25.00	0	\$0.00	5	\$125.00	10	\$250.00	10	\$250.00	10	\$250.00	15	\$375.00
Día de hosp. animal chico.	\$20.00	2	\$40.00	2	\$40.00	10	\$200.00	15	\$300.00	10	\$200.00	15	\$300.00
Eutanasia.	\$20.00	0	\$0.00	1	\$20.00	2	\$40.00	1	\$20.00	1	\$20.00	2	\$40.00
TOTAL			\$920.00		\$2,710.00		\$4,280.00		\$3,820.00		\$665.00		\$5,255.00

PRESUPUESTO DE COSTOS DE SERVICIOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

SERVICIO	COSTO	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Consulta.	\$15.00	14	\$210.00	13	\$195.00	14	\$210.00	15	\$225.00	16	\$240.00	15	\$225.00	157	\$2,355.00
Consulta a domicilio.	\$20.00	6	\$120.00	4	\$80.00	5	\$100.00	6	\$120.00	7	\$140.00	6	\$120.00	64	\$1,280.00
Desparasitación.	\$15.00	13	\$195.00	9	\$135.00	12	\$180.00	14	\$210.00	14	\$210.00	15	\$225.00	142	\$2,130.00
Vacuna Parovirus.	\$30.00	8	\$240.00	6	\$180.00	8	\$240.00	9	\$270.00	9	\$270.00	10	\$300.00	93	\$2,790.00
Vacuna Triple canina.	\$30.00	7	\$210.00	4	\$120.00	6	\$180.00	7	\$210.00	7	\$210.00	7	\$210.00	72	\$2,160.00
Vacuna Antirrábica.	\$20.00	10	\$200.00	8	\$160.00	9	\$180.00	10	\$200.00	10	\$200.00	9	\$180.00	111	\$2,220.00
Vacuna Triple felina.	\$40.00	4	\$160.00	2	\$80.00	3	\$120.00	4	\$160.00	4	\$160.00	3	\$120.00	39	\$1,560.00
Vacuna Leucemia viral fel.	\$50.00	2	\$100.00	0	\$0.00	1	\$50.00	2	\$100.00	2	\$100.00	1	\$50.00	13	\$650.00
Caudectomía.	\$45.00	8	\$360.00	5	\$225.00	6	\$270.00	6	\$270.00	8	\$360.00	10	\$450.00	75	\$3,375.00
Otectomy.	\$60.00	5	\$300.00	3	\$180.00	4	\$240.00	5	\$300.00	5	\$300.00	5	\$300.00	43	\$2,580.00
OVH perras.	\$100.00	3	\$300.00	0	\$0.00	1	\$100.00	2	\$200.00	3	\$300.00	2	\$200.00	22	\$2,200.00
OVH gatas.	\$80.00	3	\$240.00	1	\$80.00	1	\$80.00	3	\$240.00	4	\$320.00	3	\$240.00	31	\$2,480.00
Cesáreas.	\$150.00	2	\$300.00	1	\$150.00	1	\$150.00	2	\$300.00	3	\$450.00	2	\$300.00	18	\$2,700.00
Cirugías especiales.	\$300.00	2	\$600.00	0	\$0.00	1	\$300.00	2	\$600.00	3	\$900.00	2	\$600.00	14	\$4,200.00
Castración de perro	\$50.00	3	\$150.00	0	\$0.00	1	\$50.00	2	\$100.00	2	\$100.00	1	\$50.00	14	\$700.00
Castración de gato.	\$40.00	4	\$160.00	2	\$80.00	3	\$120.00	4	\$160.00	4	\$160.00	3	\$120.00	32	\$1,280.00
Estética perro grande	\$20.00	7	\$140.00	4	\$80.00	5	\$100.00	6	\$120.00	7	\$140.00	8	\$160.00	64	\$1,280.00
Estética perro mediano.	\$15.00	8	\$120.00	6	\$90.00	8	\$120.00	6	\$90.00	8	\$120.00	10	\$150.00	73	\$1,095.00
Estética perro chico.	\$10.00	10	\$100.00	8	\$80.00	8	\$80.00	8	\$80.00	10	\$100.00	15	\$150.00	98	\$980.00
Día de pensión animal gde.	\$15.00	45	\$675.00	45	\$675.00	4	\$60.00	4	\$60.00	5	\$75.00	45	\$675.00	202	\$3,030.00
Día de pensión animal med	\$10.00	30	\$300.00	30	\$300.00	5	\$50.00	4	\$40.00	5	\$50.00	25	\$250.00	138	\$1,380.00
Día de pensión animal chico	\$8.00	30	\$240.00	30	\$240.00	15	\$120.00	10	\$80.00	10	\$80.00	25	\$200.00	175	\$1,400.00
Día de hosp. animal gde.	\$30.00	15	\$450.00	15	\$450.00	15	\$450.00	15	\$450.00	15	\$450.00	15	\$450.00	150	\$4,500.00
Día de hosp. animal med.	\$25.00	10	\$250.00	10	\$250.00	15	\$375.00	15	\$375.00	15	\$375.00	15	\$375.00	130	\$3,250.00
Día de hosp. animal chico.	\$20.00	10	\$200.00	10	\$200.00	10	\$200.00	15	\$300.00	15	\$300.00	10	\$200.00	124	\$2,480.00
Eutanasia.	\$20.00	1	\$20.00	0	\$0.00	1	\$20.00	2	\$40.00	3	\$60.00	2	\$40.00	16	\$320.00
TOTAL			\$6,340.00		\$4,030.00		\$4,145.00		\$5,300.00		\$6,120.00		\$6,240.00		\$24,375.00

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCTOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

PRODUCTO	COSTO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Asuntol jabón 80g.	\$12.00	2	\$24.00	2	\$24.00	2	\$24.00	2	\$24.00	2	\$24.00	2	\$24.00
Asuntol polvo 15g.	\$15.00	1	\$15.00	1	\$15.00	1	\$15.00	2	\$30.00	2	\$30.00	2	\$30.00
Bolfo talco 100g.	\$30.00	2	\$60.00	2	\$60.00	3	\$90.00	3	\$90.00	4	\$120.00	5	\$150.00
Cadena de paseo chica.	\$55.00	2	\$110.00	3	\$165.00	4	\$220.00	5	\$275.00	5	\$275.00	6	\$330.00
Cadena de paseo grande.	\$75.00	3	\$225.00	3	\$225.00	4	\$300.00	5	\$375.00	6	\$450.00	6	\$450.00
Cama chica	\$80.00	1	\$80.00	2	\$160.00	2	\$160.00	2	\$160.00	2	\$160.00	3	\$240.00
Cama grande.	\$100.00	1	\$100.00	1	\$100.00	1	\$100.00	2	\$200.00	3	\$300.00	3	\$300.00
Carda mediana.	\$90.00	3	\$270.00	4	\$360.00	4	\$360.00	5	\$450.00	5	\$450.00	6	\$540.00
Collar No. 1	\$8.00	2	\$16.00	4	\$32.00	5	\$40.00	4	\$32.00	6	\$48.00	7	\$56.00
Collar No. 2	\$9.00	1	\$9.00	3	\$27.00	4	\$36.00	3	\$27.00	4	\$36.00	6	\$54.00
Collar No. 3	\$10.00	2	\$20.00	2	\$20.00	2	\$20.00	3	\$30.00	4	\$40.00	4	\$40.00
Collar No. 4	\$12.00	1	\$12.00	1	\$12.00	2	\$24.00	3	\$36.00	2	\$24.00	3	\$36.00
Collar No. 5	\$15.00	1	\$15.00	1	\$15.00	2	\$30.00	2	\$30.00	3	\$45.00	3	\$45.00
Collar No. 6	\$18.00	2	\$36.00	1	\$18.00	2	\$36.00	3	\$54.00	3	\$54.00	4	\$72.00
Collar antipulgas.	\$50.00	2	\$100.00	2	\$100.00	3	\$150.00	3	\$150.00	4	\$200.00	5	\$250.00
Gatina 7.5 kg.	\$100.00	5	\$500.00	5	\$500.00	6	\$600.00	6	\$600.00	7	\$700.00	7	\$700.00
Lassy Jabón 80g.	\$12.00	2	\$24.00	2	\$24.00	2	\$24.00	3	\$36.00	3	\$36.00	3	\$36.00
Multivitaminico 60 tabs.	\$60.00	3	\$180.00	3	\$180.00	3	\$180.00	4	\$240.00	4	\$240.00	4	\$240.00
Pechera chica.	\$85.00	5	\$425.00	4	\$340.00	2	\$170.00	2	\$170.00	2	\$170.00	3	\$255.00
Pechera grande.	\$100.00	3	\$300.00	2	\$200.00	1	\$100.00	1	\$100.00	1	\$100.00	2	\$200.00
Pechera mediana.	\$90.00	6	\$540.00	5	\$450.00	3	\$270.00	3	\$270.00	3	\$270.00	4	\$360.00
Pedigree Lata carne. 375g.	\$10.00	6	\$60.00	6	\$60.00	8	\$80.00	8	\$80.00	10	\$100.00	10	\$100.00
Pedigree mealtime 25 kg.	\$260.00	6	\$1,560.00	6	\$1,560.00	7	\$1,820.00	7	\$1,820.00	8	\$2,080.00	8	\$2,080.00
Pedigree puppy 8 kg.	\$120.00	8	\$960.00	8	\$960.00	8	\$960.00	8	\$960.00	9	\$1,080.00	9	\$1,080.00
Pelota de plástico.	\$13.00	2	\$26.00	2	\$26.00	3	\$39.00	4	\$52.00	4	\$52.00	5	\$65.00
Shampoo Antipulgas 100ml.	\$12.00	3	\$36.00	3	\$36.00	3	\$36.00	4	\$48.00	4	\$48.00	4	\$48.00
Tazón chico.	\$10.00	2	\$20.00	3	\$30.00	3	\$30.00	4	\$40.00	5	\$50.00	5	\$50.00
Tazón grande.	\$15.00	1	\$15.00	1	\$15.00	1	\$15.00	2	\$30.00	4	\$60.00	5	\$75.00
Tazón mediano.	\$12.00	1	\$12.00	1	\$12.00	2	\$24.00	3	\$36.00	4	\$48.00	5	\$60.00
Traeñas de nylon corta.	\$13.00	1	\$13.00	2	\$26.00	2	\$26.00	3	\$39.00	4	\$52.00	5	\$65.00
Traeñas de nylon mediana.	\$15.00	2	\$30.00	3	\$45.00	3	\$45.00	4	\$60.00	4	\$60.00	4	\$60.00
Vitafort A. 10g	\$8.00	2	\$16.00	2	\$16.00	3	\$24.00	3	\$24.00	4	\$32.00	4	\$32.00
Vitafort P 30 caps.	\$30.00	2	\$60.00	2	\$60.00	3	\$90.00	3	\$90.00	4	\$120.00	4	\$120.00
Vitafort P polvo 100g.	\$28.00	1	\$28.00	2	\$56.00	2	\$56.00	2	\$56.00	2	\$56.00	3	\$84.00
Whiskas Lata estofado. 156g.	\$4.00	6	\$24.00	6	\$24.00	8	\$32.00	8	\$32.00	10	\$40.00	10	\$40.00
Whiskas. 8kg.	\$130.00	8	\$1,040.00	8	\$1,040.00	8	\$1,040.00	8	\$1,040.00	9	\$1,170.00	9	\$1,170.00
TOTAL			\$5,961.00		\$6,993.00		\$7,266.00		\$7,786.00		\$8,820.00		\$9,637.00

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCTOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

PRODUCTO	COSTO	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor		
Asuntol Jabon 80g.	\$12.00	3	\$36.00	2	\$24.00	3	\$36.00	3	\$36.00	3	\$36.00	3	\$36.00	29	\$348.00
Asuntol polvo 15g.	\$15.00	3	\$45.00	2	\$30.00	3	\$45.00	3	\$45.00	3	\$45.00	3	\$45.00	26	\$390.00
Bolfo talco 100g	\$30.00	6	\$180.00	5	\$150.00	6	\$180.00	8	\$240.00	9	\$270.00	9	\$270.00	62	\$1,860.00
Cadena de paseo chica.	\$55.00	7	\$385.00	6	\$330.00	7	\$385.00	8	\$440.00	8	\$440.00	8	\$440.00	69	\$3,795.00
Cadena de paseo grande.	\$75.00	7	\$525.00	6	\$450.00	7	\$525.00	8	\$600.00	9	\$675.00	9	\$675.00	73	\$5,475.00
Camá chica.	\$80.00	3	\$240.00	3	\$240.00	3	\$240.00	4	\$320.00	4	\$320.00	4	\$320.00	33	\$2,640.00
Camá grande.	\$100.00	3	\$300.00	3	\$300.00	3	\$300.00	4	\$400.00	5	\$500.00	5	\$500.00	34	\$3,400.00
Carda mediana.	\$30.00	7	\$210.00	6	\$180.00	7	\$210.00	8	\$240.00	9	\$270.00	9	\$270.00	73	\$3,810.00
Collar No. 1	\$8.00	7	\$56.00	7	\$56.00	7	\$56.00	8	\$64.00	9	\$72.00	9	\$72.00	75	\$600.00
Collar No. 2	\$9.00	7	\$63.00	6	\$54.00	7	\$63.00	9	\$81.00	10	\$90.00	10	\$90.00	70	\$630.00
Collar No. 3	\$10.00	5	\$50.00	4	\$40.00	5	\$50.00	6	\$60.00	6	\$60.00	6	\$60.00	49	\$490.00
Collar No. 4	\$12.00	5	\$60.00	3	\$36.00	5	\$60.00	7	\$84.00	7	\$84.00	7	\$84.00	46	\$552.00
Collar No. 5	\$15.00	4	\$60.00	3	\$45.00	4	\$60.00	4	\$60.00	5	\$75.00	5	\$75.00	37	\$555.00
Collar No. 6	\$18.00	5	\$90.00	4	\$72.00	5	\$90.00	5	\$90.00	6	\$108.00	6	\$108.00	46	\$828.00
Collar antipulgas.	\$50.00	5	\$250.00	5	\$250.00	5	\$250.00	6	\$300.00	8	\$400.00	8	\$400.00	56	\$2,800.00
Gatina 7.5 kg.	\$100.00	8	\$800.00	7	\$700.00	8	\$800.00	9	\$900.00	10	\$1,000.00	10	\$1,000.00	88	\$8,800.00
Lassy Jabón 80g.	\$12.00	4	\$48.00	3	\$36.00	4	\$48.00	4	\$48.00	4	\$48.00	4	\$48.00	38	\$456.00
Multivitáminico 60 tabs.	\$60.00	5	\$300.00	4	\$240.00	5	\$300.00	5	\$300.00	6	\$360.00	6	\$360.00	52	\$3,120.00
Pechera chica	\$85.00	3	\$255.00	3	\$255.00	3	\$255.00	4	\$340.00	4	\$340.00	6	\$510.00	41	\$3,485.00
Pechera grande.	\$100.00	2	\$200.00	2	\$200.00	2	\$200.00	3	\$300.00	3	\$300.00	4	\$400.00	26	\$2,600.00
Pechera Mediana	\$90.00	4	\$360.00	4	\$360.00	4	\$360.00	5	\$450.00	5	\$450.00	6	\$540.00	52	\$4,680.00
Pedigree Lata carne. 375g	\$10.00	12	\$120.00	10	\$100.00	12	\$120.00	12	\$120.00	12	\$120.00	12	\$120.00	118	\$1,180.00
Pedigree mealtime 25 kg.	\$260.00	9	\$2,340.00	8	\$2,080.00	9	\$2,340.00	10	\$2,600.00	11	\$2,860.00	11	\$2,860.00	100	\$26,000.00
Pedigree puppy 8 kg.	\$120.00	9	\$1,080.00	9	\$1,080.00	9	\$1,080.00	10	\$1,200.00	10	\$1,200.00	10	\$1,200.00	107	\$12,840.00
Pelota de plástico.	\$13.00	6	\$78.00	5	\$65.00	6	\$78.00	6	\$78.00	8	\$104.00	8	\$104.00	59	\$767.00
Shampoo Antipulgas 100ml.	\$12.00	5	\$60.00	4	\$48.00	5	\$60.00	5	\$60.00	6	\$72.00	6	\$72.00	52	\$624.00
Tazón chico.	\$10.00	6	\$60.00	5	\$50.00	6	\$60.00	7	\$70.00	8	\$80.00	8	\$80.00	62	\$620.00
Tazón grande.	\$15.00	7	\$105.00	5	\$75.00	7	\$105.00	9	\$135.00	9	\$135.00	9	\$135.00	60	\$900.00
Tazón mediano.	\$12.00	7	\$84.00	5	\$60.00	7	\$84.00	8	\$96.00	9	\$108.00	9	\$108.00	61	\$732.00
Traeñas de nylon corta.	\$13.00	6	\$78.00	5	\$65.00	6	\$78.00	6	\$78.00	7	\$91.00	7	\$91.00	54	\$702.00
Traeñas de nylon mediana.	\$15.00	5	\$75.00	4	\$60.00	5	\$75.00	6	\$90.00	6	\$90.00	6	\$90.00	52	\$780.00
Vitafort A 10g.	\$8.00	5	\$40.00	4	\$32.00	5	\$40.00	6	\$48.00	6	\$48.00	6	\$48.00	50	\$400.00
Vitafort P 30 caps.	\$30.00	5	\$150.00	4	\$120.00	5	\$150.00	6	\$180.00	6	\$180.00	6	\$180.00	50	\$1,500.00
Vitafort P polvo 100g.	\$28.00	3	\$84.00	3	\$84.00	3	\$84.00	3	\$84.00	4	\$112.00	4	\$112.00	32	\$896.00
Whiskas Lata estofado. 156g.	\$4.00	12	\$48.00	10	\$40.00	12	\$48.00	12	\$48.00	12	\$48.00	12	\$48.00	118	\$472.00
Whiskas. 8kg.	\$130.00	4	\$520.00	5	\$650.00	6	\$780.00	7	\$910.00	8	\$1,040.00	10	\$1,300.00	90	\$11,700.00
TOTAL			\$3,435.00		\$3,657.00		\$3,696.00		\$4,195.00		\$4,223.00		\$4,557.00		\$27,090.00

PRESUPUESTO DE GASTOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Sueldos.	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00
Prestaciones (20%)	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00
Renta.	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00
Teléfono.	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00
Luz.	\$0.00	\$150.00	\$0.00	\$150.00	\$0.00	\$150.00
Gasolina.	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Asesoría contable.	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
Vigilancia.	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Capacitación.	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00
Recolección de basura.	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
Licencias.	\$1,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Papelería.	\$300.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00
Mantenimiento.	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
Material médico básico.	\$1,200.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Promoción.	\$1,000.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00
TOTAL	\$14,050.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00

PRESUPUESTO DE GASTOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

CONCEPTO	JULIO	AGOS	SEPT	OCTUBRE	NOV	DIC	TOTAL
Sueldos.	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00	\$7,100.00	\$85,200.00
Prestaciones (20%)	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00	\$1,420.00	\$17,040.00
Renta.	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$12,000.00
Teléfono.	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$3,000.00
Luz.	\$0.00	\$150.00	\$0.00	\$150.00	\$0.00	\$150.00	\$900.00
Gasolina.	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$500.00	\$500.00	\$500.00	\$1,500.00
Asesoría contable.	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
Vigilancia.	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$1,200.00
Capacitación.	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$250.00	\$3,000.00
Recolección de basura.	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$360.00
Licencias.	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,000.00
Papelería.	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$50.00	\$100.00	\$900.00
Mantenimiento.	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$2,400.00
Material médico básico.	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,200.00
Promoción.	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$200.00	\$3,200.00
TOTAL	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$11,450.00	\$11,300.00	\$11,500.00	\$135,800.00

PRESUPUESTO DE VENTAS DE SERVICIOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

SERVICIO	PRECIO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Consulta.	\$60.00	10	\$600.00	11	\$660.00	13	\$780.00	10	\$600.00	12	\$720.00	14	\$840.00
Consulta a domicilio.	\$100.00	4	\$400.00	5	\$500.00	6	\$600.00	4	\$400.00	5	\$500.00	6	\$600.00
Desparasitación.	\$60.00	10	\$600.00	12	\$720.00	14	\$840.00	8	\$480.00	9	\$540.00	12	\$720.00
Vacuna Parovirus.	\$80.00	8	\$640.00	8	\$640.00	6	\$480.00	6	\$480.00	7	\$560.00	8	\$640.00
Vacuna Triple canina.	\$100.00	6	\$600.00	7	\$700.00	6	\$600.00	4	\$400.00	5	\$500.00	6	\$600.00
Vacuna Antirrábica.	\$50.00	8	\$400.00	10	\$500.00	15	\$750.00	5	\$250.00	8	\$400.00	9	\$450.00
Vacuna Triple felina.	\$100.00	3	\$300.00	3	\$300.00	4	\$400.00	2	\$200.00	3	\$300.00	4	\$400.00
Vacuna Leucemia viral fel.	\$150.00	0	\$0.00	1	\$150.00	1	\$150.00	0	\$0.00	1	\$150.00	2	\$300.00
Caudectomía.	\$150.00	5	\$750.00	6	\$900.00	6	\$900.00	4	\$600.00	5	\$750.00	6	\$900.00
OtectoMía.	\$300.00	2	\$600.00	2	\$600.00	3	\$900.00	2	\$600.00	3	\$900.00	4	\$1,200.00
OVH perras.	\$500.00	1	\$500.00	2	\$1,000.00	3	\$1,500.00	0	\$0.00	2	\$1,000.00	3	\$1,500.00
OVH gatas.	\$400.00	2	\$800.00	3	\$1,200.00	4	\$1,600.00	0	\$0.00	3	\$1,200.00	4	\$1,600.00
Cesáreas.	\$600.00	0	\$0.00	0	\$0.00	2	\$1,200.00	1	\$600.00	2	\$1,200.00	2	\$1,200.00
Cirugías especiales.	\$1,000.00	0	\$0.00	0	\$0.00	1	\$1,000.00	0	\$0.00	1	\$1,000.00	2	\$2,000.00
Castración de perro.	\$300.00	0	\$0.00	0	\$0.00	1	\$300.00	1	\$300.00	1	\$300.00	2	\$600.00
Castración de gato.	\$250.00	1	\$250.00	2	\$500.00	3	\$750.00	1	\$250.00	2	\$500.00	3	\$750.00
Estética perro grande.	\$100.00	3	\$300.00	4	\$400.00	5	\$500.00	4	\$400.00	5	\$500.00	6	\$600.00
Estética perro mediano.	\$80.00	3	\$240.00	4	\$320.00	5	\$400.00	5	\$400.00	4	\$320.00	6	\$480.00
Estética perro chico.	\$60.00	5	\$300.00	6	\$360.00	8	\$480.00	6	\$360.00	6	\$360.00	8	\$480.00
Día de pensión animal gde.	\$70.00	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00	45	\$3,150.00	5	\$350.00	4	\$280.00
Día de pensión animal med.	\$80.00	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00	30	\$1,800.00	5	\$300.00	4	\$240.00
Día de pensión animal chico.	\$50.00	0	\$0.00	0	\$0.00	0	\$0.00	30	\$1,500.00	15	\$750.00	10	\$500.00
Día de hosp. animal gde.	\$90.00	0	\$0.00	5	\$450.00	10	\$900.00	15	\$1,350.00	15	\$1,350.00	15	\$1,350.00
Día de hosp. animal med.	\$80.00	0	\$0.00	5	\$400.00	10	\$800.00	10	\$800.00	10	\$800.00	15	\$1,200.00
Día de hosp. animal chico.	\$70.00	2	\$140.00	2	\$140.00	10	\$700.00	15	\$1,050.00	10	\$700.00	15	\$1,050.00
Eutanasia.	\$100.00	0	\$0.00	1	\$100.00	2	\$200.00	1	\$100.00	1	\$100.00	2	\$200.00
TOTAL			\$1,420.00		\$1,530.00		\$1,730.00		\$1,570.00		\$1,650.00		\$2,680.00

PRESUPUESTO DE VENTAS DE SERVICIOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

SERVICIO	PRECIO	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Consulta.	\$60.00	14	\$840.00	13	\$780.00	14	\$840.00	15	\$900.00	16	\$960.00	15	\$900.00	157	\$9,420.00
Consulta a domicilio.	\$100.00	6	\$600.00	4	\$400.00	5	\$500.00	6	\$600.00	7	\$700.00	6	\$600.00	64	\$6,400.00
Desparasitación.	\$60.00	13	\$780.00	9	\$540.00	12	\$720.00	14	\$840.00	14	\$840.00	15	\$900.00	142	\$8,520.00
Vacuna Parvovirus.	\$80.00	8	\$640.00	6	\$480.00	8	\$640.00	9	\$720.00	9	\$720.00	10	\$800.00	93	\$7,440.00
Vacuna Triple canina.	\$100.00	7	\$700.00	4	\$400.00	6	\$600.00	7	\$700.00	7	\$700.00	7	\$700.00	72	\$7,200.00
Vacuna Antirrábica.	\$50.00	10	\$500.00	8	\$400.00	9	\$450.00	10	\$500.00	10	\$500.00	9	\$450.00	111	\$5,550.00
Vacuna Triple felina.	\$100.00	4	\$400.00	2	\$200.00	3	\$300.00	4	\$400.00	4	\$400.00	3	\$300.00	39	\$3,900.00
Vacuna Leucemia viral fel	\$150.00	2	\$300.00	0	\$0.00	1	\$150.00	2	\$300.00	2	\$300.00	1	\$150.00	13	\$1,950.00
Caudectomía.	\$150.00	8	\$1,200.00	5	\$750.00	6	\$900.00	6	\$900.00	8	\$1,200.00	10	\$1,500.00	75	\$11,250.00
Otectomy.	\$300.00	5	\$1,500.00	3	\$900.00	4	\$1,200.00	5	\$1,500.00	5	\$1,500.00	5	\$1,500.00	43	\$12,900.00
OVH perras.	\$500.00	3	\$1,500.00	0	\$0.00	1	\$500.00	2	\$1,000.00	3	\$1,500.00	2	\$1,000.00	22	\$11,000.00
OVH gatas.	\$400.00	3	\$1,200.00	1	\$400.00	1	\$400.00	3	\$1,200.00	4	\$1,600.00	3	\$1,200.00	31	\$12,400.00
Cesáreas	\$600.00	2	\$1,200.00	1	\$600.00	1	\$600.00	2	\$1,200.00	3	\$1,800.00	2	\$1,200.00	18	\$10,800.00
Cirugías especiales.	\$1,000.00	2	\$2,000.00	0	\$0.00	1	\$1,000.00	2	\$2,000.00	3	\$3,000.00	2	\$2,000.00	14	\$14,000.00
Castración de perro.	\$300.00	3	\$900.00	0	\$0.00	1	\$300.00	2	\$600.00	2	\$600.00	1	\$300.00	14	\$4,200.00
Castración de gato.	\$250.00	4	\$1,000.00	2	\$500.00	3	\$750.00	4	\$1,000.00	4	\$1,000.00	3	\$750.00	32	\$8,000.00
Estética perro grande.	\$100.00	7	\$700.00	4	\$400.00	5	\$500.00	6	\$600.00	7	\$700.00	8	\$800.00	64	\$6,400.00
Estética perro mediano.	\$80.00	8	\$640.00	6	\$480.00	8	\$640.00	6	\$480.00	8	\$640.00	10	\$800.00	73	\$5,840.00
Estética perro chico.	\$60.00	10	\$600.00	8	\$480.00	8	\$480.00	8	\$480.00	10	\$600.00	15	\$900.00	98	\$5,880.00
Día de pensión animal gde.	\$70.00	45	\$3,150.00	45	\$3,150.00	4	\$280.00	4	\$280.00	5	\$350.00	45	\$3,150.00	202	\$14,140.00
Día de pensión animal med.	\$60.00	30	\$1,800.00	30	\$1,800.00	5	\$300.00	4	\$240.00	5	\$300.00	25	\$1,500.00	138	\$8,280.00
Día de pensión animal chico.	\$50.00	30	\$1,500.00	30	\$1,500.00	15	\$750.00	10	\$500.00	10	\$500.00	25	\$1,250.00	175	\$8,750.00
Día de hosp. animal gde.	\$90.00	15	\$1,350.00	15	\$1,350.00	15	\$1,350.00	15	\$1,350.00	15	\$1,350.00	15	\$1,350.00	150	\$13,500.00
Día de hosp. animal med.	\$80.00	10	\$800.00	10	\$800.00	15	\$1,200.00	15	\$1,200.00	15	\$1,200.00	15	\$1,200.00	130	\$10,400.00
Día de hosp. animal chico.	\$70.00	10	\$700.00	10	\$700.00	10	\$700.00	15	\$1,050.00	15	\$1,050.00	10	\$700.00	124	\$8,680.00
Eutanasia.	\$100.00	1	\$100.00	0	\$0.00	1	\$100.00	2	\$200.00	3	\$300.00	2	\$200.00	16	\$1,600.00
TOTAL			25,600.00		17,040.00		16,150.00		20,740.00		24,340.00		26,500.00		178,400.00

PRESUPUESTO DE VENTAS DE PRODUCTOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

PRODUCTO	PRECIO	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Asuntol jebón 80g.	\$25.00	2	\$50.00	2	\$50.00	2	\$50.00	2	\$50.00	2	\$50.00	2	\$50.00
Asuntol polvo 15g.	\$30.00	1	\$30.00	1	\$30.00	1	\$30.00	2	\$60.00	2	\$60.00	2	\$60.00
Bolfo talco 100g.	\$50.00	2	\$100.00	2	\$100.00	3	\$150.00	3	\$150.00	4	\$200.00	5	\$250.00
Cadena de paseo chica.	\$70.00	2	\$140.00	3	\$210.00	4	\$280.00	5	\$350.00	5	\$350.00	6	\$420.00
Cadena de paseo grande.	\$90.00	3	\$270.00	3	\$270.00	4	\$360.00	5	\$450.00	6	\$540.00	6	\$540.00
Cama chica.	\$120.00	1	\$120.00	2	\$240.00	2	\$240.00	2	\$240.00	2	\$240.00	3	\$360.00
Cama grande.	\$200.00	1	\$200.00	1	\$200.00	1	\$200.00	2	\$400.00	3	\$600.00	3	\$600.00
Carda mediana.	\$160.00	3	\$480.00	4	\$640.00	4	\$640.00	5	\$800.00	5	\$800.00	6	\$960.00
Collar No. 1	\$20.00	2	\$40.00	4	\$80.00	5	\$100.00	4	\$80.00	6	\$120.00	7	\$140.00
Collar No. 2	\$25.00	1	\$25.00	3	\$75.00	4	\$100.00	3	\$75.00	4	\$100.00	6	\$150.00
Collar No. 3	\$27.00	2	\$54.00	2	\$54.00	2	\$54.00	3	\$81.00	4	\$108.00	4	\$108.00
Collar No. 4	\$32.00	1	\$32.00	1	\$32.00	2	\$64.00	3	\$96.00	2	\$64.00	3	\$96.00
Collar No. 5	\$35.00	1	\$35.00	1	\$35.00	2	\$70.00	2	\$70.00	3	\$105.00	3	\$105.00
Collar No. 6	\$40.00	2	\$80.00	1	\$40.00	2	\$80.00	3	\$120.00	3	\$120.00	4	\$160.00
Collar antipulgas.	\$80.00	2	\$160.00	2	\$160.00	3	\$240.00	3	\$240.00	4	\$320.00	5	\$400.00
Gatina 7.5 kg.	\$150.00	5	\$750.00	5	\$750.00	6	\$900.00	6	\$900.00	7	\$1,050.00	7	\$1,050.00
Lassy Jabón 80g.	\$25.00	2	\$50.00	2	\$50.00	2	\$50.00	3	\$75.00	3	\$75.00	3	\$75.00
Multivitaminico 60 tabs.	\$80.00	3	\$240.00	3	\$240.00	3	\$240.00	4	\$320.00	4	\$320.00	4	\$320.00
Pechera chica.	\$150.00	5	\$750.00	4	\$600.00	2	\$300.00	2	\$300.00	2	\$300.00	3	\$450.00
Pechera grande.	\$150.00	3	\$450.00	2	\$300.00	1	\$150.00	1	\$150.00	1	\$150.00	2	\$300.00
Pechera mediana.	\$125.00	6	\$750.00	5	\$625.00	3	\$375.00	3	\$375.00	3	\$375.00	4	\$500.00
Pedigree Lata carne. 375g.	\$15.00	6	\$90.00	6	\$90.00	8	\$120.00	8	\$120.00	10	\$150.00	10	\$150.00
Pedigree mealtime 25 kg.	\$300.00	6	\$1,800.00	6	\$1,800.00	7	\$2,100.00	7	\$2,100.00	8	\$2,400.00	8	\$2,400.00
Pedigree puppy 8 kg.	\$150.00	8	\$1,200.00	8	\$1,200.00	8	\$1,200.00	8	\$1,200.00	9	\$1,350.00	9	\$1,350.00
Pelota de plástico.	\$20.00	2	\$40.00	2	\$40.00	3	\$60.00	4	\$80.00	4	\$80.00	5	\$100.00
Shampoo Antipulgas 100ml.	\$25.00	3	\$75.00	3	\$75.00	3	\$75.00	4	\$100.00	4	\$100.00	4	\$100.00
Tazón chico.	\$20.00	2	\$40.00	3	\$60.00	3	\$60.00	4	\$80.00	5	\$100.00	5	\$100.00
Tazón grande.	\$30.00	1	\$30.00	1	\$30.00	1	\$30.00	2	\$60.00	4	\$120.00	5	\$150.00
Tazón mediano.	\$25.00	1	\$25.00	1	\$25.00	2	\$50.00	3	\$75.00	4	\$100.00	5	\$125.00
Traeillas de nylon corta.	\$20.00	1	\$20.00	2	\$40.00	2	\$40.00	3	\$60.00	4	\$80.00	5	\$100.00
Traeillas de nylon mediana.	\$25.00	2	\$50.00	3	\$75.00	3	\$75.00	4	\$100.00	4	\$100.00	4	\$100.00
Vitafort A. 10g.	\$15.00	2	\$30.00	2	\$30.00	3	\$45.00	3	\$45.00	4	\$60.00	4	\$60.00
Vitafort P 30 caps.	\$40.00	2	\$80.00	2	\$80.00	3	\$120.00	3	\$120.00	4	\$160.00	4	\$160.00
Vitafort P polvo 100g.	\$35.00	1	\$35.00	2	\$70.00	2	\$70.00	2	\$70.00	2	\$70.00	3	\$105.00
Whiskas Lata estofado. 156g.	\$7.00	6	\$42.00	6	\$42.00	8	\$56.00	8	\$56.00	10	\$70.00	10	\$70.00
Whiskas. 8kg.	\$150.00	8	\$1,200.00	8	\$1,200.00	8	\$1,200.00	8	\$1,200.00	9	\$1,350.00	9	\$1,350.00
TOTAL			\$9,563.00		\$9,536.00		\$9,974.00		\$10,648.00		\$12,337.00		\$13,514.00

PRESUPUESTO DE VENTAS DE PRODUCTOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

PRODUCTO	PRECIO	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
		Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor	Unidad	Valor
Asuntol jabón 80g.	\$25.00	3	\$75.00	2	\$50.00	3	\$75.00	3	\$75.00	3	\$75.00	3	\$75.00	29	\$725.00
Asuntol polvo 15g	\$30.00	3	\$90.00	2	\$60.00	3	\$90.00	3	\$90.00	3	\$90.00	3	\$90.00	26	\$780.00
Bofo talco 100g.	\$50.00	6	\$300.00	5	\$250.00	6	\$300.00	8	\$400.00	9	\$450.00	9	\$450.00	62	\$3,100.00
Cadena de paseo chica	\$70.00	7	\$490.00	6	\$420.00	7	\$490.00	8	\$560.00	8	\$560.00	8	\$560.00	69	\$4,830.00
Cadena de paseo grande.	\$90.00	7	\$630.00	6	\$540.00	7	\$630.00	8	\$720.00	9	\$810.00	9	\$810.00	73	\$6,570.00
Camá chica.	\$120.00	3	\$360.00	3	\$360.00	3	\$360.00	4	\$480.00	4	\$480.00	4	\$480.00	33	\$3,960.00
Camá grande.	\$200.00	3	\$600.00	3	\$600.00	3	\$600.00	4	\$800.00	5	\$1,000.00	5	\$1,000.00	34	\$6,800.00
Carda mediana	\$160.00	7	\$1,120.00	6	\$960.00	7	\$1,120.00	8	\$1,280.00	9	\$1,440.00	9	\$1,440.00	73	\$11,680.00
Collar No. 1	\$20.00	7	\$140.00	7	\$140.00	7	\$140.00	8	\$160.00	9	\$180.00	9	\$180.00	75	\$1,500.00
Collar No. 2	\$25.00	7	\$175.00	6	\$150.00	7	\$175.00	9	\$225.00	10	\$250.00	10	\$250.00	70	\$1,750.00
Collar No. 3	\$27.00	5	\$135.00	4	\$108.00	5	\$135.00	6	\$162.00	6	\$162.00	6	\$162.00	49	\$1,323.00
Collar No. 4	\$32.00	5	\$160.00	3	\$96.00	5	\$160.00	7	\$224.00	7	\$224.00	7	\$224.00	46	\$1,472.00
Collar No 5	\$35.00	4	\$140.00	3	\$105.00	4	\$140.00	4	\$140.00	5	\$175.00	5	\$175.00	37	\$1,295.00
Collar No. 6	\$40.00	5	\$200.00	4	\$160.00	5	\$200.00	5	\$200.00	6	\$240.00	6	\$240.00	46	\$1,840.00
Collar antipulgas.	\$80.00	5	\$400.00	5	\$400.00	5	\$400.00	6	\$480.00	8	\$640.00	8	\$640.00	56	\$4,480.00
Gatina 7.5 kg.	\$150.00	8	\$1,200.00	7	\$1,050.00	8	\$1,200.00	9	\$1,350.00	10	\$1,500.00	10	\$1,500.00	88	\$13,200.00
Lassy Jabón 80g.	\$25.00	4	\$100.00	3	\$75.00	4	\$100.00	4	\$100.00	4	\$100.00	4	\$100.00	38	\$950.00
Multivitaminico 60 tabs.	\$80.00	5	\$400.00	4	\$320.00	5	\$400.00	5	\$400.00	6	\$480.00	6	\$480.00	52	\$4,160.00
Pecheta chica.	\$150.00	3	\$450.00	3	\$450.00	3	\$450.00	4	\$600.00	4	\$600.00	6	\$900.00	41	\$6,150.00
Pechera grande.	\$150.00	2	\$300.00	2	\$300.00	2	\$300.00	3	\$450.00	3	\$450.00	4	\$600.00	26	\$3,900.00
Pechera mediana.	\$125.00	4	\$500.00	4	\$500.00	4	\$500.00	5	\$625.00	5	\$625.00	6	\$750.00	52	\$6,500.00
Pedigree Lata carne. 375g	\$15.00	12	\$180.00	10	\$150.00	12	\$180.00	12	\$180.00	12	\$180.00	12	\$180.00	118	\$1,770.00
Pedigree mealtime 25 kg.	\$300.00	9	\$2,700.00	8	\$2,400.00	9	\$2,700.00	10	\$3,000.00	11	\$3,300.00	11	\$3,300.00	100	\$30,000.00
Pedigree puppy 8 kg.	\$180.00	9	\$1,350.00	9	\$1,350.00	9	\$1,350.00	10	\$1,500.00	10	\$1,500.00	10	\$1,500.00	107	\$16,050.00
Pelota de plástico.	\$20.00	6	\$120.00	5	\$100.00	6	\$120.00	6	\$120.00	8	\$160.00	8	\$160.00	59	\$1,180.00
Shampoo Antipulgas 100ml.	\$25.00	5	\$125.00	4	\$100.00	5	\$125.00	5	\$125.00	6	\$150.00	6	\$150.00	52	\$1,300.00
Tazón chico.	\$20.00	6	\$120.00	5	\$100.00	6	\$120.00	7	\$140.00	8	\$160.00	8	\$160.00	62	\$1,240.00
Tazón grande.	\$30.00	7	\$210.00	5	\$150.00	7	\$210.00	9	\$270.00	9	\$270.00	9	\$270.00	60	\$1,800.00
Tazón mediano.	\$25.00	7	\$175.00	5	\$125.00	7	\$175.00	8	\$200.00	9	\$225.00	9	\$225.00	61	\$1,525.00
Traeñas de nylon corta.	\$20.00	6	\$120.00	5	\$100.00	6	\$120.00	6	\$120.00	7	\$140.00	7	\$140.00	54	\$1,080.00
Traeñas de nylon mediana.	\$25.00	5	\$125.00	4	\$100.00	5	\$125.00	6	\$150.00	6	\$150.00	6	\$150.00	52	\$1,300.00
Vitafort A. 10g.	\$15.00	5	\$75.00	4	\$60.00	5	\$75.00	6	\$90.00	6	\$90.00	6	\$90.00	50	\$750.00
Vitafort P 30 caps.	\$40.00	5	\$200.00	4	\$160.00	5	\$200.00	6	\$240.00	6	\$240.00	6	\$240.00	50	\$2,000.00
Vitafort P polvo 100g.	\$35.00	3	\$105.00	3	\$105.00	3	\$105.00	3	\$105.00	4	\$140.00	4	\$140.00	32	\$1,120.00
Whiskas Lata estofado. 156g.	\$7.00	12	\$84.00	10	\$70.00	12	\$84.00	12	\$84.00	12	\$84.00	12	\$84.00	118	\$826.00
Whiskas. 8kg.	\$150.00	4	\$600.00	5	\$750.00	6	\$900.00	7	\$1,050.00	8	\$1,200.00	10	\$1,500.00	90	\$13,500.00
TOTAL			\$11,225,400		\$12,231,400		\$14,554,000		\$16,235,000		\$18,200,000		\$19,995,000		\$152,096,000

ESTADO DE RESULTADOS (ENERO - DICIEMBRE 1999)

CONCEPTO	ENERO	FEB.	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Ventas	\$9,563.00	\$9,638.00	\$9,974.00	\$10,848.00	\$12,337.00	\$13,514.00	\$14,254.00	\$12,914.00	\$14,554.00	\$16,895.00	\$18,520.00	\$19,395.00	\$162,406.00
Servicios	\$7,420.00	\$10,540.00	\$16,730.00	\$16,070.00	\$16,050.00	\$20,680.00	\$26,600.00	\$17,010.00	\$16,150.00	\$20,740.00	\$24,310.00	\$26,100.00	\$218,400.00
SUMA	\$16,983.00	\$20,178.00	\$26,704.00	\$26,918.00	\$28,387.00	\$34,194.00	\$40,854.00	\$29,924.00	\$30,704.00	\$37,635.00	\$42,830.00	\$45,495.00	\$380,806.00
MENOS													
Costo de ventas	\$6,961.00	\$6,993.00	\$7,266.00	\$7,786.00	\$8,820.00	\$9,537.00	\$9,435.00	\$8,657.00	\$9,695.00	\$11,195.00	\$12,231.00	\$12,851.00	\$111,427.00
Costo de servicios	\$1,920.00	\$2,710.00	\$4,280.00	\$3,820.00	\$4,065.00	\$5,255.00	\$6,340.00	\$4,030.00	\$4,145.00	\$5,300.00	\$6,170.00	\$6,340.00	\$54,375.00
SUMA	\$8,881.00	\$9,703.00	\$11,546.00	\$11,606.00	\$12,885.00	\$14,792.00	\$15,775.00	\$12,687.00	\$13,840.00	\$16,495.00	\$18,401.00	\$19,191.00	\$165,802.00
IGUAL													
Utilidad bruta	\$8,102.00	\$10,475.00	\$15,158.00	\$15,312.00	\$15,502.00	\$19,402.00	\$25,079.00	\$17,237.00	\$16,864.00	\$21,140.00	\$24,429.00	\$26,304.00	\$215,004.00
MENOS													
Gastos de admon.	\$14,050.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$10,950.00	\$10,800.00	\$11,450.00	\$11,300.00	\$11,500.00	\$135,300.00
IGUAL													
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	-\$5,169.00	\$1,247.00	\$746.00	\$656.00	\$2,085.00	\$3,842.00	\$4,975.00	\$1,737.00	\$3,040.00	\$5,045.00	\$7,101.00	\$7,691.00	\$30,502.00
UTILIDAD ACUMULADA.	-\$5,169.00	-\$6,416.00	-\$5,670.00	-\$5,014.00	-\$2,929.00	\$913.00	\$5,888.00	\$7,625.00	\$10,665.00	\$15,710.00	\$22,811.00	\$30,502.00	
PORCENTAJE SOBRE VENTAS						11%	12%	10%	10%	13%	17%	17%	19%

ESTA TESIS NO DEBE
 SALIR DE LA BIBLIOTECA



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Debido a que hoy en día la mercadotecnia es un arma importante para lograr el posicionamiento de un producto en el mercado y tener más posibilidades de éxito, el Médico Veterinario necesita bases en esta área para que sus servicios lleguen a más clientes, por lo cual el presente trabajo muestra la planeación requerida para la instalación de una clínica veterinaria, tomando en cuenta factores tan importantes como las finanzas, el personal necesario y los planes a futuro.

Todo lo anterior trae consigo las siguientes ventajas:

- ✓ Ser empresario y no empleado.
- ✓ Ser generador de empleos.
- ✓ Ofrecer un servicio de acuerdo a las necesidades del mercado.

El proyecto presentado refleja ser rentable en el estado de resultados, en donde se observa que es en los meses de Noviembre y Diciembre se consiguen márgenes adecuados para el negocio, los cuales son del 17%, así mismo se observa que es en el mes de Junio donde se logra el punto de equilibrio.

En el flujo de efectivo se concluye que el proyecto requiere un aporte de capital de \$135,000.00 para ser viable.

BIBLIOGRAFIA

Cuaderno estadístico delegacional Gustavo A. Madero.
D.F. edición 1997 INEGI.

Censo de servicios INEGI.
México D.F., 1997

De las Casas Carlos
Planeación Estratégica.
Seminario de Titulación “Mercadotecnia Veterinaria”
México, 1998-1999



ANEXOS

ESPECIFICACIONES.

INVERSION.

- ✦ Mesa de exploración 1.5m. por 1m, cubierta antiderrapante de acero inoxidable con gabinete y sistema de limpieza.
- ✦ Mesa de cirugía acero inoxidable, con ajustador de altura y superficie plegable, 1.5m por 1m.
- ✦ Mesa para estética 1.5m. por 1.5m, de acero inoxidable y accesorios para colocar el equipo de estética.
- ✦ Refrigerador marca Mabe 6 pies de alto.
- ✦ Esterilizador de instrumental quirúrgico, precalentamiento automático, tres charolas, marco Caisa.
- ✦ Lámpara para cirugía, marca Burton.
- ✦ Mesa Mayo, acero inoxidable 50cm. por 30cm.
- ✦ Escritorio (2) de madera de 1.60m por 80cm.
- ✦ Anaquel (6) de aluminio de 2.40m. de alto por 92cm. de ancho con seis entrepaños.
- ✦ Archivero metálico con 4 gavetas.
- ✦ Librero 1.50m por 1m.
- ✦ Mostrador de aluminio con cristal, 1.50m por 1m.
- ✦ Vitrina exhibidora 2m por 70cm.
- ✦ Estante (3) siete entrepaños, postes metálicos.
- ✦ Sillón (8) de oficina para recepción, de vinil negro.
- ✦ Jaula (9) de malla ciclónica 1.50m por 1.50m.
- ✦ Computadora Pentium 32MB en RAM, 133MHZ, CD-ROM, 2GB DD.
- ✦ Equipo de estética: secadora tres velocidades con pedestal, maquina marca Oster con doble navaja y diferentes medidas para corte.
- ✦ Instrumental de cirugía: Pinzas de hemostasis (15), Mango para bisturí (2), Pinzas de disección (2), Pinzas de disección con dientes de ratón (2), Portaagujas (3), Tijeras mayo (3), Tijeras para tejido (3), Separadores (4), Pinzas de anillos (2).
- ✦ Camioneta RAM Charger 1990 4x4, eléctrica.
- ✦ Celular Star Tac 3000, batería y cargador.
- ✦ Fax Xerox de papel bond.
- ✦ Microscopio Zeiss, cuatro objetivos.

RELACION DE SALARIOS

PUESTO	ENERO - DICIEMBRE 1999		INGRESO
	SUELDO	PRESTACIONES	
Director.	\$3,000.00	\$600.00	Enero
Asistente Veterinario.	\$1,500.00	\$300.00	Enero
Asistente de Servicio.	\$1,300.00	\$260.00	Enero
Estilista .	\$1,300.00	\$260.00	Enero
TOTAL	\$7,100.00	\$1,420.00	