

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

METODOLOGÍA PARA LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE UN
HOSPITAL VETERINARIO PARA PEQUEÑAS ESPECIES

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
MÉDICO VETERINARIO ZOOTECNISTA

PRESENTA

RAÚL ÁVILA GALLARDO

Asesor:

MVZ MA Jorge Isaac Reyes Castro

México, D.F.

2008.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

DEDICATORIAS.

A mis padres. Martha y Raúl

Por todo el cariño y apoyo que me han dado durante mi corta vida más lo que falta. Gracias por sus consejos y regaños que me han hecho una persona de bien y lo que actualmente soy.

A mis hermanos. Alejandra, Sandra y Juan Roberto.

Que de alguna u otra forma me han ayudado para superarme día con día.

AGRADECIMIENTOS.

A la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia por haberme brindado las bases de mi vida profesional.

A cada uno de mis maestros por haber compartido sus conocimientos que ayudaron en mi formación.

A mi jurado.

MVZ Juan Rafael Meléndez Guzmán.

MVZ Arturo Alonso Pesado.

MVZ MC Joaquín Aguilar Bobadilla.

MVZ MA Jorge Isaac Reyes Castro.

MVZ Elizardo Valadez Franco.

A Hilda por estar a mi lado, por brindarme su amor, por apoyarme en todo lo que hago, por creer en que puedo hacer todo lo que me proponga y sobre todo por darme la oportunidad de estar en su vida.

A Juan Carlos Estrada por compartir todos sus conocimientos en clínica de pequeñas especies, por apoyarme y por brindarme su amistad.

A Jorge por contribuir en mi formación administrativa y enseñarme que hay cosas igual de importantes que la medicina y por apoyarme cuando lo necesitaba.

A mis amigo de la infancia y actuales mejores amigos. Juan Carlos y José.

Por apoyarme en los momentos buenos y malos, por escucharme, por darme consejos y sobre todo por estar a mi lado cuando lo he necesitado.

A mi mejor amiga. Azucena.

Por hacerme reír cuando estaba triste, por hacer que viera el mundo desde otra perspectiva, por brindarme su hombro en momentos de angustia y sobre todo por darme la oportunidad de ser su amigo.

A mis amigos y compañeros. Giovanni, Leticia, Susana, Oscar, Dora, Mónica, Raúl, Esteban, Luís, Samuel, Nancy, Xochitl, Marisol, Charly, Cesar, Paco, Maria Teresa, Claudia, Fabiola, Rodrigo, Erika, entre otros tantos, los cuales conocí durante la carrera, de los que aprendí muchas cosas buenas y malas; pero les agradezco más por las cosas malas porque así ya se que es lo que no tengo que hacer. El orden de aparición no representa la importancia ni nada por el estilo porque todos fueron importantes de una manera u otra durante mi formación como Médico Veterinario Zootecnista.

CONTENIDO.

	Página
I. RESUMEN.....	1
II. INTRODUCCIÓN.....	2
II a. MARCO TEÓRICO.....	8
III. OBJETIVOS.....	12
IV. PROCEDIMIENTO	
IV a. METODOLOGÍA A UTILIZAR PARA LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE UN HOSPITAL VETERINARIO PARA PEQUEÑAS ESPECIES (HVPE).....	13
IV b. FACTORES GEOGRÁFICO.....	15
IV c. FACTORES SOCIOECONÓMICO.....	18
IV d. FACTORES LEGALES.....	28
V. CONCLUSIONES.....	44
VI. REFERENCIAS.....	46
VII. ANEXOS.	
VII a. SOCIEDADES MERCANTILES.....	50
VII b. CENTROS DE VINCULACIÓN EMPRESARIAL.....	58
VII c. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA PARA LA LOCALIZACIÓN DE UN HVPE.....	59

I. RESUMEN.

ÁVILA GALLARDO RAÚL. Metodología para la localización óptima de un hospital veterinario en pequeñas especies (bajo la dirección de. MVZ MA Jorge Isaac Reyes Castro)

Este trabajo es un apoyo para los inversionistas interesados en la localización óptima de un Hospital Veterinario en Pequeñas Especies (HVPE). Puede ser aplicable para un consultorio o una clínica veterinaria. La localización tiene la finalidad en contribuir en mayor medida a lograr la mayor tasa de rentabilidad sobre lo que se invierte. Se describe la importancia de la localización de un HVPE y los efectos que tiene al no realizarse. La metodología que se sugiere es el método de Nelson, en el cual se le asigna un valor a cada factor (escala de 1 a 4) y posteriormente se le asigna una ponderación subjetiva (entre 0 a 1) a cada uno de los factores dependiendo de la importancia que tengan este en la localización, estos valores se multiplican y el valor más alto de las posibles localizaciones, es el lugar donde se localizará el HVPE, aunque el resultado que se obtenga se ha de considerar de forma crítica pues al ser un método en el cual los valores que se asigna son manera subjetiva, por lo tanto, los resultados obtenidos variaran dependiendo de la experiencia y visión de la persona que lo realiza. Posteriormente se presenta una lista de factores, los cuales se encuentran englobados en tres grupos: factores geográficos, factores socioeconómicos y factores legales, los cuales, afectan de mayor o menor manera la localización de un HVPE.

II. INTRODUCCIÓN.

La participación de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes) en la economía es fundamental para que exista un crecimiento económico sostenido en el país. De acuerdo al INEGI, existen alrededor de 2 millones 844 mil unidades empresariales, de las cuales 99.7% son MiPyMes que en conjunto generan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 64% del empleo del país.

(1)

Otro aspecto ha considerar es que las MiPyMes han proporcionado una de la mejores alternativas para la independencia económica, se puede decir que este tipo de empresas han sido una gran oportunidad para iniciarse y consolidarse con méritos propios. (2)

A pesar de ser una fuente importante en la economía del país, las MiPyMes no cuentan con los recursos necesarios para que se desarrollen de una manera plena, además de que existen en el país problemas que las afectan en gran medida. (1)

Clasificación. (3)

A continuación se muestra la estratificación por número de empleados, con los cuales se define el tamaño de la empresa.

	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICRO	0-10	0-10	0-10
PEQUEÑA	11-50	11-30	11-50
MEDIANA	51-250	31-100	51-100

Otra clasificación se basa en el número de empleados y las ventas netas anuales, la cual se menciona a continuación (3):

- Microempresa: hasta 15 personas y hasta \$30,000.
- Pequeña empresa: de 16 a 100 personas y hasta \$400,000.
- Mediana empresa: de 101 a 250 personas y hasta \$1,100, 000.

Principales limitantes para el desarrollo y crecimiento de las empresas de servicios médicos veterinarios.

Entre las principales limitantes a las que se enfrentan estas empresas de servicios son (4):

- Normalmente la administración del negocio la realiza una sola persona (que con frecuencia suele ser el dueño) y que en la mayoría de los casos desconoce como administrar dicha empresa, por lo tanto, lo hace de una manera empírica.
- Falta de asistencia crediticia oportuna y ágil, originada por desconocimiento.
- Por trámites complicados y limitaciones para la obtención de créditos suficientes a tasas de intereses razonables.
- Falta de estudios de inversión (proyectos) que comprendan un análisis de las principales variables (estudios): mercado, técnico, financiero e impacto ambiental.

En términos generales, una de las grandes deficiencias de las MiPyMes de servicios médicos veterinarios es que sus actividades no están debidamente planificadas, es decir, no se realizan proyectos de inversión (4)

La falta de planificación provoca en una serie de consecuencias negativas que pueden ser críticas para el éxito e incluso afectar su existencia a corto o largo plazo. (4)

Existe un aspecto que no se toma en consideración cuando no se realiza una adecuada planificación: el costo que se genera por la no planificación (4)

La mayoría de los costos de la no planificación se le denomina costos ocultos de gestión. Un costo oculto es un gasto inherente a un proceso, no tenido en cuenta a la hora de evaluar una inversión hacia las personas. Forman parte entre lo que se pensaba ganar en una acción hacia las personas y lo que en definitiva se obtuvo. (5)

El reflejo de la falta o mala planeación es que desaparece el 65% de las MiPyMes a los dos años de ser creadas y sólo el 25% sobrevive con pocas posibilidades de desarrollo. (1)

Proyecto de inversión o plan de negocios.

El proyecto se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. (6)

Algunas razones que justifican la elaboración de un plan de negocios son: (7)

- Permite hacer una evaluación real de una oportunidad de negocio.
- Determinar las variables críticas del negocio.
- Permite evaluar varios escenarios y estrategias de operación del proyecto.
- Reducir los riesgos al tomar decisiones con mayor información y de mejor calidad.

El plan de negocios es una presentación escrita que explica detalladamente a la empresa, su equipo administrativo, sus productos y/o servicios, el mercado y la industria en la que compite, sus metas y las estrategias y planes de acción para alcanzar estas metas. Contendrá información concisa sobre cómo la empresa operará durante los próximos 3 a 5 años. (8)

En la figura (1.1) se muestran las partes que conforman un plan de negocios y los principales puntos que se evalúan en cada una de estas.

De todas las partes que conforman el plan de negocios, la localización es uno de los puntos al cual no se le ha dado la importancia que tiene, y no solo en los servicios medicina veterinaria y zootecnia sino en las MiPyMes en general.

La localización es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social). (6)

Es indispensable que la dirección de la empresa tenga en mente que la inversión que se haga en una propiedad bien elegida, no sólo podrá ser recuperada a largo plazo (3 a 5 años), sino que además será un factor decisivo en el rendimiento de la empresa. (9)

En una empresa completamente nueva el problema de la localización de sus instalaciones es sumamente importante. La dirección de la nueva empresa se enfrenta a la tarea de evaluar todas las localizaciones alternativas, con el propósito de seleccionar una óptima en vista de las condiciones de la competencia y del mercado (10). Una mala decisión puede predestinar el fracaso del nuevo negocio desde el principio.

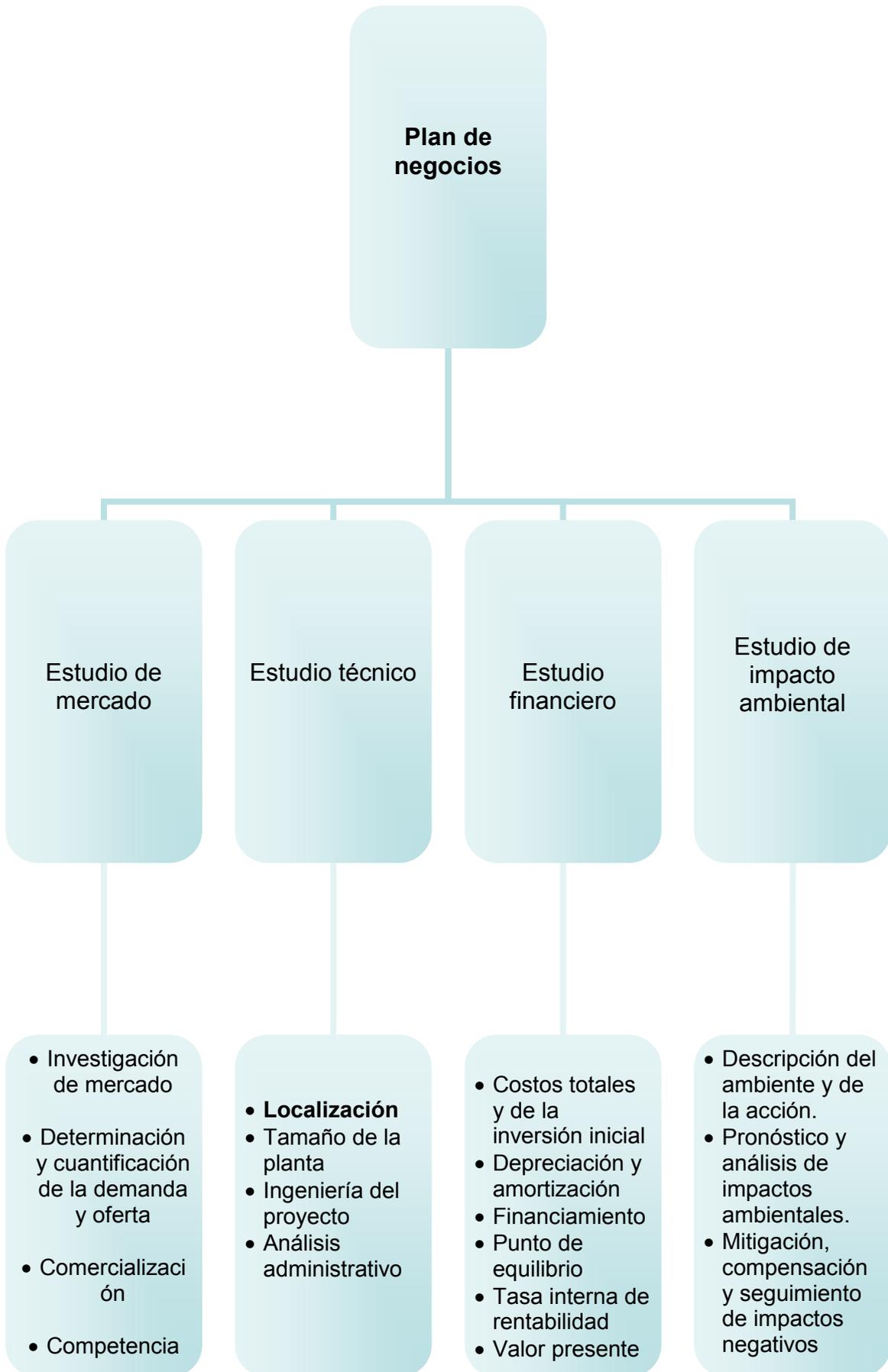


Figura 1.1 Componentes de un plan de negocios.

Elegir el lugar donde se desea localizar una empresa que ofrece servicios médicos veterinarios, en este caso un Hospital Veterinario para Pequeñas Especies (HVPE), no es tan sencillo como parece. Pueden escapar con facilidad factores aparentemente triviales o cometerse errores que no por ser mínimos suelen ser menos costoso e irreparables.

En este trabajo, se elaborará una metodología que ayudará al inversionista a tener una visión general de todos los elementos que interactúan en el proceso de localización de un HVPE.

Los factores que se enlistan en el presente trabajo tienen la finalidad de englobar las posibles causas que interviene en la ubicación de un HVPE.

Los factores que afectan la localización de un HVPE se engloban en 3 tres principales grupos, los cuales se enuncian a continuación:

- Factores geográficos.
- Factores socioeconómicos.
- Factores legales.

II a. MARCO TEÓRICO.

A continuación se mencionan algunas teorías y métodos de localización, con la finalidad de utilizar o hacer una adaptación de estas, que sea aplicada para la localización de un HVPE.

Von Thünen. (11)

Se plantea la localización, desde un punto de vista agrícola, mediante un proceso deductivo.

Premisa. Admite un espacio de terreno homogéneo en toda su dimensión y en cuyo centro existe un núcleo de población (un mercado).

Mediante círculos busca la determinación de la actividad agrícola en función de los costos de transporte, mano de obra y la cantidad de productos que van a llegar al mercado.

El objetivo que persigue es la minimización de los costos de transporte.

Alfred Weber.

El índice de material. Para Weber sólo deben destacarse en este modelo tres variables: la importancia de las materias primas y materiales, la mano de obra y los costos de transporte. Su característica más importante es que hace abstracción de valor de los materiales y así considera a los materiales caros como si se hubieran de transportar más lejos. (11, 12)

El triángulo de Weber. En el negocio a ubicar se emplean dos materias primas de distintas procedencia geográficas y se obtiene un solo producto a vender en un punto diferente de los aprovisionamientos, siendo la tarifa de transporte la

misma, cualquiera que sea el bien transportado. En tal caso, se trata de minimizar el costo total de transporte por unidad de producto o servicio terminado u ofrecido. (11)

Behrens.

Este autor hace un análisis crítico de Weber y busca un modelo de localización que recoja economicidad y la rentabilidad, con lo que introduce no sólo los costos medios de producción, sino también las ventas. (11)

Busca respuesta a cuál es el lugar de localización que permite ubicar de forma óptima o satisfactoria la producción y colocación de un programa de producción o servicio, en función de los ingresos y los gastos. (11)

El pilar de la teoría de localización expuesta recalca el peso relativo del costo de transporte en el costo final, lo cual le da sentido a la decisión de algunas actividades de ubicarse preferiblemente cerca de la materia prima; otras se emplazan cerca de los mercados a los cuales dirigen su producción, al tiempo que otras se ubican en forma intermedia o en otro lugar. (12)

Modelo de Nelson.

Pretende valorar una lista exhaustiva de factores que pueden afectar a una localización. Estos factores pueden calificarse cualitativa o cuantitativamente. Nelson propuso hacerlo de forma cualitativa (excelente, bueno, regular, malo), mientras que Kotler propone hacerlo de forma cuantitativa (de 1 a 4) y asignarle una ponderación subjetiva a cada factor (w). El método fue diseñado para la localización de galerías comerciales o cadenas de negocios (11). Nelson propuso una lista de factores, pero dependiendo el giro comercial habrán de

tenerse en cuenta los aspectos más importantes para solucionar el problema de localización.

Si se utiliza la valoración cuantitativa de los factores de localización, se elegirá aquélla que alcance el mayor valor de P_i , siendo:

$$P_i = \sum r_i * w_i$$

Siendo r_i el valor que se adjudicará a cada uno de los factores a considerar.

Siendo w_i la ponderación subjetiva o si se puede conocer la frecuencia relativa, la cual estará comprendida entre 0 y 1. La ponderación subjetiva representa la importancia que tiene un factor expresada en número, es decir, entre más alto el valor más importante dicho factor en la decisión de la localización.

Catálogo de factores de valoración. (11)

Es un modelo parecido al de Nelson. Se sistematizan los factores que se consideran relevantes respecto a la localización que se pretende, se valora su incidencia y se decide por métodos empíricos, como encuestas o experiencia personal.

Se hace un listado con los factores de localización que se consideran más relevantes en el caso que ocupe y se le da una valoración (muy importante, importante, normal, poco importante, y sin importancia) y, paralelamente, se valoran los mismos factores respecto a cada una de las localizaciones que sean viables y hayan de valorarse y se pone en relación con lo que se pretende, se evalúa esta relación desde muy buena, buena, normal, regular o mala.

En general, independientemente del método a utilizar, los procedimientos para llevar a cabo un estudio de localización siguen los siguientes pasos básicos.

(13):

- **Análisis preliminar:** traducir la estrategia general de la empresa en requerimientos de localización.
- **Búsqueda de alternativas de localización:** estudio del conjunto de los lugares candidatos y ordenamiento de sus datos.
- **Evaluación de alternativas:** análisis detallado, comparado, cuantitativa y/o cualitativamente de los lugares candidatos y agrupamiento.
- **Selección de la localización:** descarte y elección de los lugares más aceptables, hasta llegar a una decisión final.

III. OBJETIVOS.

1. Proporcionar una metodología que le facilite al inversionista la localización óptima de un HPVE.
2. Proporcionar y analizar una lista de factores que engloben las posibles causas que intervienen en la localización óptima de un HVPE.

IV. PROCEDIMIENTO.

IV a. METODOLOGÍA A UTILIZAR PARA LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE UN HVPE.

El método que se sugiere en este trabajo es el Método de Nelson en forma cuantitativa, en una escala de 1 a 4 (1= malo, 2= regular, 3= bueno y 4= excelente). En el caso de la asignación de la ponderación subjetiva por factor; los factores más importantes en la localización de empresas de servicios (como es el caso de un HVPE) suelen ser el mercado y la demanda, no el aprovisionamiento ni los costos (13), por lo tanto, dichos factores serán los que tienen la más alta ponderación (entre 0.7 a 0.8). Es importante recordar que el valor de la escala y la ponderación es subjetivo, pudiendo fluctuar los valores dependiendo de quien elabore el método y de la experiencia que haya adquirido la persona sobre el negocio.

A continuación se menciona la fórmula para desarrollar el método:

$$P_i = \sum r_i * w$$

r_i : representa el valor que se adjudicará a cada uno de los factores que se han de considerar.

w : representa la ponderación subjetiva, es decir, la importancia que tiene dicho factor en la localización del HVPE.

Una vez que han sido seleccionados los factores que afectan la localización del HVPE, se le asigna una calificación a cada uno de estos dentro de la escala que se menciono con anterioridad y posteriormente se multiplica por la ponderación asignada a cada factor. Ejemplo:

FACTORES	ESCALA	PONDERACIÓN	RESULTADO
A	3	0.3	0.9
B	2	0.2	0.4
C	4	0.8	3.2
D	1	0.5	0.5
E	1	0.1	0.1
F	4	0.6	2.4
G	3	0.9	2.7
H	3	0.4	1.2
I	3	0.2	0.6
J	1	0.2	0.2
TOTAL			12.2

Este procedimiento se realiza con las otras zonas disponibles o posibles para la localización del HVPE y el resultado más alto será el lugar donde se localizará el hospital. Es importante mencionar que la ponderación subjetiva que se asigne para cada factor debe ser la misma para el resto de los lugares a evaluar.

El resultado que se obtenga se ha de considerar de forma crítica pues al ser un método en el cual los valores que se asigna son de manera subjetiva, por lo tanto, los resultados obtenidos variaran dependiendo de la experiencia y visión de la persona que lo realiza.

IV b. FACTORES GEOGRÁFICOS.

La localización viene más o menos dada por la limitación de la oferta de espacios o locales y por su precio. (11)

Los corredores de bienes raíces pueden servir como una buena fuente de información para conocer la disponibilidad de espacios.

El proceso de selección del lugar depende de la evaluación de los costos pertinentes. Por desgracia es frecuente que el MVZ no pueda darse el lujo de instalarse en el “mejor” lugar. El precio de adquisición puede sobrepasar el presupuesto del MVZ. Aunque ser propietario confiere mayor libertad para modificar y usar un inmueble, las ventajas de la renta por lo general sobrepasan esos beneficios (14). Se recomienda que las empresas nuevas renten los espacios por dos razones:

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

Al comprometerse a un arrendamiento, el MVZ debe verificar las pólizas de seguros del dueño para cerciorarse que cubren apropiadamente diversos tipos de riesgo. De no ser así, el arrendatario debe buscar que su propio seguro los cubra. En ocasiones un abogado puede conseguir que se incluyan cláusulas especiales, cómo una cláusula de escape que permita al arrendatario rescindir el contrato en ciertas condiciones. Asimismo, verificar que no se quede

expuesto indebidamente a responsabilidad por daños causados por evidente negligencia de otras personas. (14)

En el caso de la renta, primero hay que saber si lo que se va a pagar es lo justo, para esto se deben de seguir los siguientes pasos. (15):

- Solicitar el avalúo del establecimiento en un banco o con el dueño de este.
- El valor del establecimiento se multiplica por 0.1 (que representa el 10%). El resultado es lo máximo que se debe pagar de renta anual.
- La renta anual se divide entre 12 y así se obtiene la renta mensual.
- Comparar la renta mensual con lo que se espera vender al mes. Si se espera vender más de lo que se tiene que pagar de renta, entonces es posible que convenga.

Accesibilidad.

Los puntos de ventas minorista y las empresas de servicios son ejemplos comunes de negocios que deben ubicarse de modo que los clientes que se desea atender puedan acceder a ellos cómodamente. (14)

Infraestructura.

Dada la necesidad de no tener problemas con la disponibilidad de servicios, como el agua, luz, drenaje, vías de comunicación, etc.; el HVPE será localizado de preferencia en zonas urbanas.

Es importante conocer las problemáticas de cada servicio en las regiones donde se desee poner el HVPE. A continuación se mencionan los principales puntos a considerar en los diferentes servicios:

- *Agua.*

1. Cortes intermitentes o prolongados.
2. Calidad del agua.
3. Tuberías del establecimiento en mal estado, por ejemplo, fugas.

- *Luz*

1. Cortes intermitentes o prolongados.
2. Variaciones de voltaje debido a una mala instalación eléctrica que puedan dañar los equipos eléctricos.
3. Instalación eléctrica del establecimiento en mal estado

- *Seguridad.*

1. Cuerpos policíacos en la zona.
2. Seguridad nocturna.
3. Índice de delincuencia.

- *Bomberos.*

1. Cercanía de la estación de bomberos al lugar donde se desea ubicar el HVPE.

- *Drenaje.*

1. Riesgo de inundación.
2. Servicio de desasolve.

- *Vías de comunicación.*

1. Dificultad de circulación.
2. Disponibilidad de estacionamiento para los clientes y proveedores.

Condiciones locales diversas.

Entre las condiciones adversas que se pueden analizar se encuentran:

1. Riesgos de vecindad
 - Olores desagradables
 - Ruido.
 - Condiciones de las construcciones aledañas que puedan representar un peligro para el establecimiento donde se desea localizar el HVPE.
 - Estructuras que tapen la visibilidad del establecimiento (árboles, pancartas, etc.)
2. Espacios, en caso de ser necesario, para futuras ampliaciones.

V c. FACTORES SOCIOECONÓMICOS.

En muchas ocasiones, el producto o servicio que se ofrece es de calidad, sin embargo se encuentra en un lugar equivocado, es decir, los clientes están ubicados lejos del establecimiento. (15)

Un producto o servicio necesita ser ofrecido en algún lugar en el cual los consumidores puedan adquirirlos. Esto parece ser muy lógico y lo es, pero así como es de lógico lo es de importante. La elección que se haga del lugar para ubicar un negocio puede significar el éxito o el fracaso. (15)

Cuando se elige un producto o servicio que se va a vender, también se elige a quien se va a vender. (15)

A continuación se mencionan los factores socioeconómicos más importantes que afectan, en mayor o menor manera, la localización de un HVPE.

Materia prima y equipo.

Todo establecimiento que ofrezca un servicio médico veterinario, necesita de jeringas, gasas, sueros, biológicos, medicamentos, instrumental para cirugía, etc. (materia prima y equipo). Dado que un HVPE, será localizado de preferencia en una zona urbana, el problema del acceso a materias primas no es mayor inconveniente.

Básicamente lo que se debe de investigar es:

- ¿Qué distribuidores y/o proveedores se encuentran en la zona donde se desea poner el HVPE? Para esto, la información se puede obtener a través de clínicas u hospitales de la zona, Internet, colegas, etc.
- Los precios de los productos y su disponibilidad.
- Los términos de venta.
- Origen (nacional o importado)

Recursos humanos.

En el caso de los recursos humanos para un HVPE se toman en consideración los siguientes puntos:

- Disponibilidad.
- Análisis de puestos.

Disponibilidad.

En el caso de la disponibilidad es importante, aunque no necesario, que el personal que se requiera (repcionista, secretaria, ayudantes generales, ayudantes de MVZ, administrador, MVZ, entre otros) para el HVPE, se

encuentren cerca de las zonas posibles para localizar el hospital, es decir, que no pierdan un tiempo considerable (por ejemplo, 2 a 3 horas) al transportarse al lugar del trabajo pues esto afectará en mayor o menor forma el desempeño laboral.

Los siguientes puntos ayudan a determinar la disponibilidad del recurso humano en la zona:

- Entrevistar a los Médicos Veterinarios Zootecnistas ya establecidos para determinar las experiencias que han tenido con el personal en las diferentes áreas de trabajo (médica, atención al cliente, administrativa, etc.)
- Uso de anuncios en periódicos o en áreas referentes al medio de medicina veterinaria (universidades, escuelas, tiendas de mascotas, criadores, asociaciones, otras clínicas veterinarias, etc.)

Una vez conocida la disponibilidad de la zona, es necesario investigar si las personas interesadas en los diferentes puestos, tienen los conocimientos teórico-práctico para elaborar eficientemente el trabajo y para esto sirve el análisis de puestos.

Análisis de puestos.

Es el procedimiento para determinar las obligaciones correspondientes a estos y las características de las personas que se contratarán. El análisis produce información acerca de los requisitos para el puesto; esta información se usa para elaborar las descripciones del puesto (una lista de las obligaciones del puesto) y las especificaciones del puesto (lista de "requisitos humanos" para un

puesto, es decir, nivel escolar, experiencia laboral, habilidades, personalidad, etc.). (16)

El análisis de un puesto debe seguir 6 pasos (16):

1. Identificar para que se usará la información, pues ellos determina que datos se deben de recabar y como hacerlo. Alguna técnica para compilación de datos – como entrevista al interesado y preguntarle qué vincula el trabajo – son buenas para redactar descripciones del puesto y para seleccionar al recurso humano para el mismo.
2. Repasar la información básica importante, como organigramas, gráficos de procesos y descripciones del puesto. Los organigramas muestran la división del trabajo, es decir, como se relaciona el puesto en cuestión con otros puestos dentro del negocio (en este caso un HVPE)
3. Seleccionar los puestos representativos que se analizarán. Esto se hace cuando es preciso analizar puestos similares.
4. Analizar el puesto de hecho, reunir datos acerca de las actividades, las conductas requeridas de los interesados, las condiciones laborales y las características y capacidades humanas necesarias para desempeñar el trabajo.
5. Repasar y verificar la información con la persona o personas que desempeñan ese puesto.
6. Preparar una descripción y una especificación del puesto.

A continuación se mencionan algunos métodos para recabar información para el análisis de puestos (16):

a) *Entrevista.*

- Tres tipos (individual, en grupo y a supervisores que conocen a fondo el puesto)
- Es el método más utilizado para determinar obligaciones y actividades.
- Entre las ventajas se encuentra: permite que se comente de actividades y conductas que de otra forma no serían detectadas, escuchar opiniones del interesado, que en caso contrario pasarían desapercibidas por la administración.
- Una desventaja es que dado a que los interesados consideran que son evaluaciones de la eficiencia que podrían afectar su salario, tienden a exagerar ciertas responsabilidades y restar importancia a otra.

b) *Cuestionario.*

- Es una vía rápida y eficiente de obtener información de muchos interesados a la vez y es más barato que entrevistar.
- Entre las desventajas se encuentran que puede llevar mucho tiempo para la elaboración y comprobación (que los interesados entiendan de manera clara las preguntas), por lo tanto, ser caro.

c) *Observación.*

- Muy útil cuando el puesto incluye actividad física observable. Por ejemplo, personal de limpieza, montaje, obrero de línea, etc.
- La entrevista y la observación se utilizan muchas veces juntas.

Competencia.

Existen muchos Médicos Veterinarios Zootecnista que ofrecen el servicio médico en el área de pequeñas especies, sobre todo en el Distrito Federal, ya sea en un consultorio, clínica u hospital, por lo tanto, lo primero que se debe de conocer es la cantidad de empresas que ofrecen servicios médicos veterinarios en las diferentes áreas geográficas en donde es posible localizar el HVPE. Se cuenta con una herramienta que es el Sistema de Información Económica, Geográfica y Estadística, que brinda la información de ubicación de las empresas que ofrecen servicios médicos veterinarios en el Distrito Federal. Con esta información se evita perder tiempo y dinero en desplazarse para conocer la ubicación de los consultorios, clínica y hospitales en las zonas donde es posible localizar el HVPE.

Una vez ubicada la competencia es importante obtener la siguiente información de esta. (17):

- Nombre de la empresa.
- Servicios médicos básicos (vacunación, desparasitación, consulta, venta de medicamentos, etc.)
- Servicios médicos especializados (cirugía mayor, endoscopia, ultrasonido, radiografías, laboratorio clínico, etc.)
- Estructura de costos y precios.
- Sistemas de comercialización.
- Sistema de ventas (crédito, contado, meses sin intereses)
- Fuentes de abastecimiento de materia prima y equipo.
- Tiempo que lleva en el mercado.

- Infraestructura (estacionamiento, anuncios, espectaculares, condiciones de las instalaciones)
- Personal (recepción, limpieza, ayudante general, secretaria, MVZ, administrador, etc.) y atención al cliente (amables, indiferentes, prepotentes, rapidez del servicio, entre otras)
- Servicios adicionales (ventilación, televisión, música, seguridad, cafetería, etc.)

Entre los principales obstáculos y/o limitantes para obtener dicha información se encuentran:

- Las empresas no llevan registro alguno.
- Si cuentan con la información, esta no será proporcionada a terceros.

Con respecto a la proximidad de la competencia, hay dos estrategias posibles.

(11):

1. Evitar las zonas saturadas. Dado a la cantidad considerable de empresas que ofrecen servicios médicos veterinarios, en el caso del Distrito Federal, el encontrar zonas no saturadas sería muy difícil, por lo tanto, la estrategia a seguir sería la del siguiente punto.
2. Aprovechar la sinergia de las zonas saturadas mediante diferenciación en los servicios (atención al cliente, calidad, precios, etc.)

Puede aprovecharse también la proximidad de posibles aliados: la presencia de establecimientos afines o complementarios, con los que puede plantearse una relación simbiótica (13). Por ejemplo, si se localizará un HVPE en una zona donde en un radio de 5 kilómetros se encuentran 10 clínicas veterinarias que no cuentan con el servicio de rayos X y su único proveedor de dicho servicio esta en promedio a 30 kilómetros de distancia, es probable que dichas clínicas

recurran a nuestro servicio porque la distancia recorrida es menor, aunque es importante conocer la calidad diagnóstica, precios, atención, entre otras características de dicho proveedor, para saber si el HVPE es competitivo en cuanto al servicio antes mencionado.

Cliente.

Tal vez suene obvio que alguien que tenga un perro, gato u otro animal de compañía requerirá de los servicios médicos veterinarios, pero esto no es suficiente, pues hay personas que tienen algún animal de compañía pero no se preocupan en lo mínimo en la salud de ésta, otros no tienen el ingreso necesario para llevar a su mascota al Médico Veterinario, etc. Es por eso que es necesario realizar una investigación (esto se realiza en el estudio de mercado) en las diferentes zonas donde se desea localizar el HVPE. Los puntos importantes a considerar en dicho estudio son:

1. Presencia de por lo menos un animal de compañía en el núcleo familiar.
2. El valor afectivo de los dueños hacia sus animales de compañía. Es importante este punto porque existen personas que tal vez no cuenten con el recurso económico pero hacen lo posible para conseguir el dinero para que su animal de compañía sea atendido pues lo consideran un miembro más de la familia y en el otro caso extremo, se encuentra aquel, donde los dueños tienen el poder adquisitivo necesario para desembolsar en el animal de compañía pero no lo hacen o se les hace caro pues solo lo consideran un objeto o una pertenencia.
3. De preferencia que sea de la clase media a alta, es decir, que tenga el poder adquisitivo para poder llevar a su animal de compañía al MVZ.

Aunque, como se menciono anteriormente, esto no es sinónimo de que el dueño lleva o llevará a su animal de compañía al MVZ.

Ingreso del cliente.

Es importante cuanto ganan los futuros clientes, pero además, en que gastan su dinero. Existen necesidades que se deben satisfacer antes que todo (necesidades primarias), por ejemplo, comida, vivienda, transporte, etc. Si después de cubrir estas necesidades al cliente todavía le queda dinero, podrá adquirir otras cosas, esto ayuda a saber que tipo de negocio necesita ese consumidor.

El ingreso determina la clase socioeconómica a la que cada uno pertenece y se calcula en función del número de salarios mínimos percibidos al mes. (15)

Cada clase socioeconómica destina su ingreso a satisfacer diferentes necesidades. Mientras que para la clase B el gasto en alimentos puede significar un 30% de su ingreso, para la clase D puede significar el 80% o más. (15)

Para obtener la información acerca de las características de los clientes, existen dos opciones:

- A)** Generar información propia (primaria) por medio de un estudio de mercado (encuestas, observación directa, etc.)

Existe una amplia gama de procedimientos y métodos en torno a la estimación de la demanda. La metodología a utilizar depende en gran parte de la disponibilidad de recursos humanos y logísticos, como el tiempo disponible para entregar resultados, por lo tanto,

queda a discreción la intensidad y profundidad de dicha elaboración.

(17). En el cuadro 1.2 se mencionan algunas preguntas a considerar para la obtención de información sobre los clientes.

- B)** Recurrir a información secundaria, que es proporcionada a través de medios de comunicación como el Internet (INEGI, SIEGE, SIEM), revistas especializadas, etc.

CUADRO 1.2

ALGUNAS PREGUNTAS A CONSIDERAR PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN CON LOS CLIENTES

- ¿Cuenta con un animal de compañía (mascota)?
- ¿Cuántos animales de compañía tiene?, ¿Perro, gato u otro?, ¿Cuánto tiempo tiene que adquirió a su animal de compañía?, ¿raza, edad, sexo?
- ¿Razón por la cual adquirieron a su animal de compañía?
- En %, ¿Cuánto destina del dinero total que usted gana para su animal de compañía en el lapso de un mes? y ¿en qué productos o servicios lo gasta?
- ¿Promedio de lo que gasta anualmente en su animal de compañía? y ¿de mayor a menor gasto, mencione los productos y/o servicios que adquiere para su animal de compañía?
- ¿Cómo considera a su animal de compañía? Pariente, integrante de la familia, un animal de compañía, una pertenencia, un objeto o ninguna de las anteriores
- ¿En que zona de su casa duerme su animal de compañía? Dentro de la casa, en el patio, en la calle u otra.
- ¿Quién se encarga de las siguientes actividades con su animal de compañía? Darle de comer, sacarlo a pasear, bañarlo, llevarlo al Médico Veterinario.
- ¿Vacunas y desparasitaciones aplicadas durante el año?

- En el lapso de un año ¿Cuántas veces lleva a su animal de compañía al Médico veterinario? Nunca lo he llevado, de 1 a 3, 4 a 7, 8 a 10 ó más de 10.
 - ¿Nombre y/o ubicación del consultorio, clínica u hospital donde lleva a su animal de compañía?
 - Del consultorio, clínica u hospital donde lleva a su animal de compañía ¿Por qué motivo va a dicho establecimiento? Esta cerca de casa, el Médico Veterinario es un conocido de la familia, atención al cliente, servicio médico, otro.
-
-

IV d. FACTORES LEGALES.

Cabe señalar que una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales, repercuten de alguna manera sobre la localización óptima de un HVPE y, por tanto, deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico.

A continuación se menciona el factor legal “Giro comercial y uso de suelo” que afecta directamente la localización de un HVPE.

Posteriormente se mencionan los principales trámites para la apertura de un HVPE, dado que es de gran importancia para que el MVZ o inversionistas conozcan los pasos a seguir para abrir dicha empresa.

Uso de suelo.

Dependiendo del giro comercial del negocio, existe legalmente una zona determinada para localizarlo, el nombre del mismo y algunas obligaciones con respecto al servicio que se ofrece. (15)

En el caso de la capital del país, el Gobierno del Distrito Federal (GDF) establece las áreas comerciales para todas las delegaciones. Existen zonas asignadas para ciertos rubros comerciales, en otras queda estrictamente prohibido abrir comercios u oficinas y hay otras en las que se puede tramitar el cambio de uso de suelo, porque están en transición. Es importante saber lo anterior porque se pueden ahorrar muchos disgustos y contratiempos. (15)

Para obtener la información del uso de suelo en las diferentes delegaciones existen diferentes formas:

- a) Internet.
- b) Vía telefónica.
- c) Asistir a la delegación o cabecera municipal donde se desea localizar el HVPE.

Certificado de zonificación. (18)

El Certificado de Zonificación es el documento que acredita que el uso del suelo está permitido.

Existen 4 tipos de Certificado de Zonificación:

- *Para uso específico:* se solicita para el uso específico que quiere uno darle al inmueble. Tiene una vigencia de dos años contados a partir del día de su expedición. Una vez utilizado para la realización del aviso de la declaración de apertura su vigencia se vuelve permanente.

- *Para usos permitidos*: contiene todos los usos que se permite desarrollar en un inmueble determinado. Tiene una vigencia de dos años contados a partir del día de su expedición. Una vez utilizado para la realización del aviso de la declaración de apertura su vigencia se vuelve permanente.
- *Expedido a través del Sistema de Información Geográfica SIG*: dicho sistema actualmente proporciona información para los inmuebles ubicados en las Delegaciones Venustiano Carranza, Benito Juárez, Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc. Tiene una vigencia de dos años contados a partir del día de su expedición. Una vez utilizado para la realización del aviso de la declaración de apertura su vigencia se vuelve permanente.
- *Por acreditación de derechos adquiridos*: el fin de este certificado es acreditar que un inmueble cuenta con un derecho adquirido para explotar un uso distinto al que se establece en el Programa Delegacional de Desarrollo Urbano vigente. Tiene una vigencia permanente.

En el caso del DF, el certificado de zonificación se puede tramitar en cada una de las Ventanillas Únicas Delegacionales, o bien, directamente en la Ventanilla Única de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI).

Los requisitos para su obtención son:

- Formato de solicitud debidamente llenado.
- Copia de la última boleta predial.
- Copia de la identificación de quien solicita el trámite.
- Comprobante de pago de derechos ante Tesorería.

Tramites para iniciar un negocio.

A continuación se mencionan los principales trámites que se necesitan para iniciar un HVPE.

Trámites:

- Registro Federal de Contribuyentes como persona física
- Constitución de Sociedades, aviso de uso de los permisos para la constitución de sociedades y Registro Público de la Propiedad y el Comercio y Registro Federal de Contribuyentes (persona moral)
- Aviso de apertura de establecimiento.
- Programa Interno de Protección Civil.
- Declaración de apertura.

Inscripción al RFC como persona física. (19)

La persona física es un individuo con capacidad para contraer obligaciones y ejercer derechos.

En el caso de personas físicas existen varios regímenes de acuerdo con la actividad y el monto de los ingresos.

Al iniciar un negocio, empresa, rentar bienes inmuebles o al trabajar por cuenta propia, hay que darse de alta en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del Servicio de Administración Tributaria (SAT), para ello hay dos opciones:

- a) Se puede iniciar el trámite a través de Internet y concluirlo en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente (ALSC) dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud.

b) Previa cita, iniciarlo y concluirlo en cualquier ALSC.

Requisitos.

- Original y fotocopia del comprobante de domicilio fiscal.
- En su caso, copia certificada y fotocopia del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público (copia certificada para cotejo)
- Original y copia de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma, expedida por el gobierno federal, estatal o municipal del contribuyente o representante legal.
- CURP o acta de nacimiento (original y copia)
- Contar con dirección de correo electrónico.

Quienes presten servicios profesionales de medicina, cuando su prestación requiera título pueden tributar en el régimen de actividades profesionales y empresariales.

El régimen de actividades profesionales es para personas que se dediquen a ejercer su profesión, arte u oficio de manera independiente como abogados, médicos, médicos veterinarios, dentistas, enfermeras, contadores, etc. En general cualquier persona que sea contratada por honorarios y que deba expedir recibos cada vez que reciba sus pagos.

El régimen de actividades empresariales, es para quienes vayan a realizar actividades comerciales, industriales, agrícolas, ganaderas, de pesca o silvícolas y no hay límite de ingresos.

A continuación se mencionan los pasos para dar de alta una sociedad mercantil.

Constitución de Sociedades.

Se establece en el artículo 15 de la Ley de Inversión Extranjera y 13 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, que se requiere permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) para la constitución de sociedades. Para tal efecto, la SRE, en términos de lo que establece el artículo 13 del Reglamento citado, otorgará los permisos para constitución de sociedades, solamente cuando la denominación o razón social que se pretenda utilizar no se encuentre reservada por una sociedad distinta. Asimismo, si en la denominación o razón social solicitada, se incluyen palabras o vocablos cuyo uso se encuentre regulado específicamente por otras leyes. (20, 21, 22)

Tramites para la obtención del permiso de constitución de sociedades.

Presentar la solicitud SA-1 publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de mayo de 2002, debidamente requisitada, o en su defecto escrito libre que contenga: el órgano a quien se dirige el trámite, el lugar y fecha de emisión del escrito correspondiente, nombre de quien realice el trámite, domicilio para oír y recibir notificaciones, nombre de la persona o personas autorizadas para recibir notificaciones, tres opciones de denominación solicitada, especificar el régimen jurídico solicitado y firma autógrafa del solicitante. La solicitud debe presentarse en oficinas centrales en original y copia y en Delegaciones Estatales en original y dos copias (22)

Cubrir el pago de derechos en cualquier institución bancaria por recepción, examen y resolución. El tiempo de respuesta es el mismo día si la solicitud se presenta antes de las 11:00 AM. (22)

Se puede iniciar el trámite de constitución de sociedades vía Internet a través del Sistema Integral Para Artículo 27 Constitucional que pone a disposición la SRE. (23)

Una vez que se obtiene el permiso, el interesado en términos del artículo 17 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, deberá dentro de los noventa días hábiles siguientes a la fecha en que la SRE otorgó dicho permiso, acudir a otorgar ante fedatario o notario público quien indicará los requisitos para la obtención del acta constitutiva, el cual, es el documento con el que se comprueba la existencia de la sociedad o asociación y es indispensable para darse de alta en el RFC. (21, 22)

A continuación se mencionan los puntos que debe contener el acta constitutiva:

I.- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad. (24, 25, 26)

II.- *El objeto de la sociedad.*

Los socios, al constituir la sociedad persiguen la realización de un fin común, que constituye el objeto social. Se debe advertir, sin embargo, que el carácter de esa finalidad no tiene influencia sobre la naturaleza jurídica de la sociedad.

Esto es, el carácter mercantil de una sociedad no depende, de acuerdo con el sistema legal, de su finalidad. (24, 25, 26)

III.- *Su razón social o denominación.*

El nombre de las sociedades mercantiles puede ser una razón social o una denominación. La razón social debe formarse con los nombres de uno, algunos o todos los socios. La denominación, por el contrario, no debe contener nombres de socios. La denominación social puede formarse libremente, siempre que no origine confusiones con la empleada por otras sociedades. (24, 25, 26)

IV.- *Su duración.*

Los socios pueden pactar libremente el plazo de la duración. Se considera contrario al espíritu de la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM) pactar sociedades con duración indefinida, ya que sitien la ley no impone plazo (ni en cuanto a su mínimo ni en lo máximo), sí dispone la fijación de un término cierto. (24, 25, 26)

V.- *El importe del capital social.*

Este patrimonio se integra inicialmente con las aportaciones de los socios y después sufre variaciones que la marcha de los negocios de la sociedad le imprime. (25)

El capital social es el monto establecido en el acto constitutivo de la sociedad y expresado en moneda de curso legal, como valor de las aportaciones realizadas por los socios. (26)

Debe distinguirse entre el concepto de capital social y patrimonio social. El capital social es la cifra aritmética que representa el valor de las aportaciones de los socios; el patrocínio social es el conjunto de bienes y derechos realmente poseídos por la sociedad en un momento determinado. (25)

VI.- La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización. (24, 25, 26)

VII.- *El domicilio de la sociedad.*

El domicilio social puede fijarse libremente, pero, en todo caso, deberá ubicarse en el lugar donde se encuentre su administración. (25, 26)

VIII.- La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores. (24, 25, 26)

IX.- El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social. (24, 25, 26)

X.- La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad. Las utilidades y las pérdidas de la sociedad deben distribuirse entre los socios, según lo establecido en el acta constitutiva o por el acuerdo de los socios o, en su defecto, por las siguientes reglas contenidas en el artículo 16 de la LGSM. (24, 25, 26)

- La distribución de las ganancias o pérdidas entre los socios capitalistas se hará proporcionalmente a sus aportaciones.
- Al socio industrial corresponderá la mitad de las ganancias, y si fueren varios, esa mitad se dividirá entre ellos por igual.
- El socio o socios industriales no reportarán las pérdidas.

XI.- *El importe del fondo de reserva.*

La reserva es la inmovilización de las utilidades, impuestas por la ley (reservas legales) o por lo estatutos de la sociedad (reservas estatutarias) o que eventualmente acuerdan los socios (reservas voluntarias), para asegurar la estabilidad del capital social frente a las oscilaciones de valores o frente a las pérdidas que puedan producirse en algún ejercicio. Así, la LGSM en su artículo

20, dispone la obligación de formar un fondo de reserva (reserva legal), que debe constituirse separando las utilidades netas anuales un 5% como mínimo, hasta que importe la quinta parte del capital social. (24, 25, 26)

XII.- Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente. (24, 25, 26)

XIII.- Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente. (24, 25, 26)

Registro Público de la Propiedad y el Comercio (RPPC).

Certificado de inscripción de los asientos registrales en libro ó folio, en el Distrito Federal.

Trámite mediante el cual el GDF a través de la Dirección General del Registro Público de la Propiedad y de Comercio, emite certificación en el que se indica si un inmueble se encuentra inscrito en el registro, describiendo datos de registro de libro o folio, ubicación del predio, superficie, titular registral, escritura por la que adquiere, fecha de escritura, notario que la expide así como su fecha de inscripción en el registro. Y en caso de Certificado de Inscripción de Sociedad Mercantil se señala denominación o razón social, acta constitutiva de la misma, objeto social, capital social, fecha de inscripción en el registro y reformas de los datos citados. Sirve como documento público para comprobar la situación jurídica registral que guardan los inmuebles y sociedades. (27)

Requisitos.

Señalar en la Solicitud de Entrada y Trámite los siguientes datos:

- 1.-Nombre y domicilio del Solicitante.
- 2.-En caso de Inmuebles deberá señalar:

a) Datos de ubicación registral de la finca (calle, No. exterior, No. interior, lote, manzana en su caso, colonia, delegación y superficie)

b) Nombre del Titular Registral.

c) Antecedente de Registro de la finca (número de folio real o asiento registral en libros, sección, tomo volumen, foja y partida).

3.-En caso de Sociedades Mercantiles o Personas Morales deberá señalar:

a) Razón o denominación social.

b) Folio de Personas Morales, Folio Mercantil o antecedente de libro.

4.-Pago de derechos.

Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes como persona moral.

Si se desea fabricar, vender bienes o **prestar servicios** a través de una sociedad o asociación, debe hacerse lo siguiente. (19)

a) Crear o constituir legalmente la sociedad o asociación. Darse de alta en el Registro Federal de Contribuyentes del SAT. Para ello existe un sistema rápido y sencillo, que consiste en que el mismo notario o corredor público ante el que se creó la sociedad o asociación puede darla de alta de manera automática siempre que dicho notario o corredor esté incorporado a un programa llamado "Sistema de inscripción al RFC a través de fedatario público por medios remotos". En este caso se entregará una Cédula de Identificación Fiscal provisional, que podrá utilizarse durante tres meses mientras el SAT entrega la definitiva.

b) Si el notario o el corredor público al que se acudió no estaba incorporado al programa citado, se puede dar de alta a la persona moral en el

Módulo de Atención Fiscal que corresponda según el domicilio fiscal, presentando los siguientes documentos:

- Copia certificada y fotocopia del documento constitutivo debidamente protocolizado (copia certificada para cotejo).
- Original y fotocopia del comprobante de domicilio fiscal (original para cotejo).
- En su caso, copia certificada y fotocopia del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público (copia certificada para cotejo).
- En su caso, original y fotocopia de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por el Gobierno Federal, Estatal o Municipal del representante legal.
- Contar con dirección de correo electrónico.

El régimen fiscal en el caso del HVPE es el de **Régimen General**, el cual, es para las sociedades mercantiles, asociaciones civiles de profesionales que realicen actividades lucrativas, sociedades cooperativas de producción, instituciones de crédito tales como bancos y casas de bolsa, organismos descentralizados que comercialicen bienes o servicios, entre otras. (19)

Aviso de apertura de establecimiento.

Lo presentan los contribuyentes que inicien la apertura de establecimientos, sucursales, locales, bodegas, puestos fijos o semifijos para la realización de sus actividades empresariales o la prestación de servicios, dentro del mes

siguiente al día en que se realice la apertura correspondiente. Existen dos formas para dar el aviso de apertura de establecimiento. (19)

- Se puede presentar por Internet (en la página del SAT) ingresando al portal privado con el RFC y la Clave de Identificación Electrónica Confidencial (CIEC) sin tener que acudir a los módulos de atención ni presentar documentos.
- Presentarlo en cualquier Módulo de Atención del SAT llevando los siguientes documentos:
 - a) Original y fotocopia del comprobante de domicilio del establecimiento, sucursal, local, puesto fijo, semifijo (original para cotejo).
 - b) Original y fotocopia de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por el Gobierno Federal, Estatal o Municipal del contribuyente o del representante legal (original para cotejo).
 - c) En caso de representación legal, copia certificada y fotocopia del poder notarial para acreditar la personalidad del representante legal, o carta poder en original y fotocopia firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público (copia certificada u original para cotejo).

Programa Interno de Protección Civil.

En el artículo 24 del reglamento de la ley de protección civil del Distrito Federal (RLPCDF), menciona que los establecimientos que están obligados a tener un programa de protección civil. En el caso de un HVPE, hay que tomar en consideración la sección XIX, que menciona que deberán realizar dicho

programa las empresas que sean consideradas de alto o mediano riesgo mediante un cuestionario de autoevaluación incluido en los Términos de Referencia y la sección XX que indica que en donde exista usualmente una concentración de más de 50 personas incluyendo a los trabajadores del lugar. Si el HVPE no se encuentra enlistado en las dos secciones anteriores entonces es considerada de bajo riesgo, como se menciona en el artículo 25 del RLPCDF, y solo deberá contar con lo siguiente (28):

- Un extintor tipo ABC de 4.5 o 6 kilogramos y respetar su vigencia de mantenimiento.
- Colocar en el inmueble instructivos oficiales de conductas a seguir en caso de sismo o incendio, en lugares visibles y de alto tránsito de personas, tales como accesos, estancias y pasillos de circulación.
- Dar mantenimiento a las instalaciones eléctricas, hidráulicas y de gas una vez al año.

Declaración de apertura.

La declaración de apertura, es el acto por el cual un particular, ya sea persona física o moral, hace del conocimiento de la autoridad que va a iniciar actividades comerciales o de servicios en un establecimiento mercantil determinado. (29)

En el Distrito Federal se puede hacer la declaración de apertura a través de Internet y dicho trámite es gratuito.

Para el llenado del formato se deben seguir las siguientes instrucciones:

- Imprimir el formato de la Declaración de Apertura en blanco para conocer la información que se le va a solicitar, así como los anexos

(cajones de estacionamiento, autorización de impacto ambiental y visto bueno de seguridad y operación).

- Contar con el Certificado de Zonificación correspondiente que acredite el uso del suelo permitido para la actividad que va a desarrollar.
- Credencial de Elector.
- Si es persona moral, requiere los datos del Acta Constitutiva.

Una vez capturados todos los datos en el sistema, se proporciona de forma automática un número de folio registrado. Hay que anotar ese número y conservarlo en un lugar seguro antes de imprimir el aviso; con este número se puede imprimir nuevamente la Declaración de Apertura en caso de se haya extraviado.

La normatividad aplicable a la apertura de establecimientos mercantiles señala requisitos obligatorios a determinados giros, a los cuales se debe dar cumplimiento de manera previa a la Declaración de Apertura (29). En el caso de un HVPE los requisitos obligatorios son los siguientes:

- Cajones de estacionamiento (cantidad mínima): un cajón de estacionamiento por cada 75 m² construidos.
- Visto bueno de seguridad y operación: si el HVPE cuenta con una capacidad de ocupación superior a 50 personas, incluyendo los trabajadores.
- Autorización de impacto ambiental.

Tanto los tramites, requisitos, dudas y actualizaciones pueden ser consultadas en las páginas de Internet de las diferentes dependencias del gobierno federal

y de los gobiernos estatales. En el caso de los trámites que se mencionan en el trabajo son solo para el DF, por lo tanto, el lector tendrá que investigar los trámites que se necesitan en otras entidades del país.

V. CONCLUSIONES.

En la situación actual que se vive en nuestro país, desde el punto de vista de la economía, de los mercados, la inflación, etc., las MiPyMes se encuentran en una situación vulnerable, por lo tanto, es importante que lleven a cabo diferentes actividades (como lo sería el plan de negocios) para no correr el riesgo de desaparecer a corto plazo. Para que las empresas de servicios médicos veterinarios se encuentren en una situación sólida en el mercado, es importante y necesario realizar estudios como lo es el de localización, en este caso de un HVPE.

El método de Nelson es adecuado para inversionistas que no cuentan con mucha experiencia en el tema de localización debido a que éste es uno de los más sencillos de aplicar, sin embargo, es importante conocer otros métodos a los que se pueda recurrir, y que puedan ser aplicables en la localización de un Hospital Veterinario para Pequeñas Especies y así tener los elementos necesarios para tomar la mejor decisión sobre donde localizar el negocio.

Esta metodología fue realizada como una herramienta más, para que el inversionista interesado en abrir un Hospital Veterinario para Pequeñas Especies pueda iniciar un negocio más sólido, mantenerlo y que pueda perdurar por mucho tiempo en el mercado. Estas herramientas ayudan a que disminuya la desaparición de las MiPyMes, además de que contribuyen e impulsan el desarrollo económico de nuestro país y creando fuentes de empleo.

Este trabajo es un paso para que se comience a dar la importancia en la medicina veterinaria y zootecnia que tiene la localización, se empiece a poner en práctica, se vaya acumulando experiencia en este rubro y con el tiempo, tal

vez, se utilicen métodos mucho más sofisticados que hagan que las empresas de servicios médicos veterinarios crezcan y se desarrollen.

VI. REFERENCIAS.

1. Gómez MM. El futuro de las PyMes en el marco del TLC (citado septiembre 2007). Edición electrónica disponible en: www.eumed.net/libros/2007b/274/indice4.htm
2. Rodríguez VJ. Administración de pequeñas y medianas empresas. México: Thomson, 2002
3. Méndez MJ. Economía y PyMe en México 1987-2007 ¿20 años de desarrollo? Revista emprendedores al servicio de la pequeña y mediana empresa 2008 enero-febrero; Sec. Mercados especiales: 53 (col 2).
4. Borello A. El plan de negocios: de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. México: McGraw-Hill, 2002.
5. Revista fortuna: ¿Cómo evitar los costos ocultos? (citado abril 2008) disponible en: http://www.revista-fortuna.com.ar/ed_0235/man04.html
6. Baca UG. Evaluación de proyectos 5ª ed. México: McGraw-Hill, 2006
7. Varela VR, Salinas GO, Riveros RM, Ribero FC. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Colombia, México: Pearson Educación, 2001.
8. Barragán JN, Pagán JA. Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la nueva economía global. México: Trillas, 2002
9. Moreno ZE, Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de dulces tipo: gomitas de grenetina (tesis de licenciatura), DF. México: UNAM, Facultad de Contaduría y Administración, 2002.

10. Howard LT, la función de la producción en los negocios: fundamento y análisis para la administración. México, España, Venezuela y Chile: Compañía editorial continental, 1967.
11. Gil EM, Giner Fuente F de la. Como crear y hacer funcionar una empresa: conceptos e instrumentos. España: ESIC, 2003.
12. Osorio RE. Metodología para detección e identificación de clusters industriales: comparación y propuesta (citado julio 2007). Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2006b/eaor/>
13. Arnoletto EJ. Administración de la producción como ventaja competitiva (citado en febrero 2008) Texto electrónico gratuito www.eumed.net/libros/2007b/299/
14. Logenecker GJ. Administración de pequeñas empresas: un enfoque emprendedor. México: Thompson, 2007.
15. Nacional Financiera, ITAM. Paquete: mercadotecnia – modulo III: la ubicación de tu negocio, clave para vender más y mejor – fascículo 1: ¿Dónde debes ubicar tu negocio? México: 1992.
16. Dessler G. Administración de personal. México: Pearson Educación de México, 2001
17. Miranda MJ. Gestión de Proyectos: identificación, formulación y evaluación financiera-económica-social-ambiental 5ª ed. Colombia: MM Editores, 2000.
18. Sistemas de avisos para establecimientos mercantiles: certificado de zonificación (citado febrero 2008) disponible en: http://www.apertura.df.gob.mx/cert_zonif.php

19. Servicio de administración Tributaria: información para principiantes (citado enero 2008) disponible en : <http://www.sat.gob.mx>
20. Cámara de diputados: Ley de inversión extranjera (citado marzo 2008) disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/44.pdf>
21. Secretaria de economía: Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (citado marzo 2008) disponible en: <http://www.economia.gob.mx/pics/p/p1376/R20.pdf>
22. Secretaria de Relaciones Exteriores: Constitución de sociedades (citado en marzo 2008) disponible en: <http://www.sre.gob.mx/tramites/sociedades/tema2a.htm>
23. Secretaria de Relaciones Exteriores: Sistema Integral Para Artículo 27 Constitucional (citado abril 2008) disponible en: <https://webapps.sre.gob.mx/sipac27/>
24. Cámara de diputados: Ley General de Sociedades Mercantiles (citado en febrero 2008) disponible en : <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144.pdf>
25. De Pina, VR, Derecho mercantil mexicano. México: Porrúa, 1991.
26. Ponce GF, Ponce CR. Nociones de derecho mercantil 6ª ed. México: Banca y Comercio, 2005.
27. Gobierno del Distrito Federal: tramites (citado marzo 2008) disponible en: http://www.df.gob.mx/tramites/consultaFichaTyS2003.html?id_t_s=162&ti po=T

28. Protección civil: leyes y reglamentos (citado marzo 2008) disponible en:
[http://www.proteccioncivil.gob.mx/upLoad/Publicaciones/Leyes/Reglamento LPCDF-2001.pdf](http://www.proteccioncivil.gob.mx/upLoad/Publicaciones/Leyes/Reglamento_LPCDF-2001.pdf)
29. Sistemas de avisos para establecimientos mercantiles: declaración de apertura (citado febrero 2008) disponible en:
<http://www.apertura.df.gob.mx/sare.php>
30. Secretaria de Desarrollo Económico: tramites y servicios (citado en abril 2008) disponible en:
<http://www.sedeco.df.gob.mx/tramites/cve/index.html>
31. Sistema de Información Económica, Geográfica y Estadística (citado enero 2008) disponible en: <http://www.siege.df.gob.mx>
32. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (citado marzo 2008) disponible en: <http://www.inegi.gob.mx>
33. Sistema de Información Empresarial Mexicano (citado marzo 2008) disponible en: <http://www.siem.gob.mx>
34. Díaz MA. Búsqueda de datos con RSS para decisiones estratégicas. Revista emprendedores al servicio de la pequeña y mediana empresa 2008 marzo-abril; Sec. Estrategias para la competitividad: 35-40.

VII. ANEXOS.

VII a. SOCIEDADES MERCANTILES.

En México las empresas con varios dueños optan por adoptar una estructura de organización dentro del sector formal, la más común es la Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.) En estos negocios recae la responsabilidad por los impuestos y deudas de la empresa y son considerados por la ley como una entidad separada de los dueños y requiere por lo menos de dos socios y de una cantidad específica de capital establecida. Otra forma de organización es la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.) Algunos ejemplos son los negocios familiares o compañías en las que sus socios se tienen gran confianza, pero incluso dentro de estas categorías su uso es menos frecuente (8). Existen otros cuatro tipos de sociedades que reconocen las leyes mexicanas

Para la pequeña y mediana empresa elegir la forma de organización depende de varios factores. Es importante que el dueño tome la decisión después de comprender las diferentes ventajas y limitaciones de cada una de las categorías. (8)

A continuación se describen las principales características de las sociedades mercantiles mencionadas con anterioridad.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

Sociedad de responsabilidad limitada es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley (LGSM artículo 58). (24, 25)

Responsabilidad de los socios.

La responsabilidad de los socios está limitada al pago de sus aportaciones. En tal virtud, cuando se pronuncie sentencia contra la sociedad condenándola al cumplimiento de obligaciones respecto de terceros la ejecución de dicha sentencia en relación con lo socios se reducirá al monto insoluto exigible de dichas aportaciones. (25)

El nombre de la sociedad.

La sociedad de responsabilidad limitada existirá bajo una denominación o bajo una razón social que se formará con el nombre de uno o más socios. La denominación o la razón social irá inmediatamente seguida de las palabras “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o de su abreviatura “S. de R. L.” (Artículo 59). (24, 25, 26)

Constitución de la sociedad.

Se constituirá ante notario público (artículo 5) y en ningún caso se podrá constituir mediante suscripción pública (artículo 63). (24)

Número de socios.

Ninguna sociedad de responsabilidad limitada tendrá más de cincuenta socios (artículo 61). (24)

Capital social.

El capital social nunca será inferior a tres millones de pesos; se dividirá en partes sociales que podrán ser de valor y categoría desiguales, pero que en todo caso serán de mil pesos o de un múltiplo de esta cantidad (Artículo 62). (24)

Las aportaciones.

El capital social se constituye mediante las aportaciones de los socios, que a su vez son el límite de responsabilidad por las obligaciones sociales. Las prestaciones patrimoniales de los socios no están necesariamente limitadas por la cuantía de la aportación originaria al capital social. (24, 25, 26)

Así, el artículo 70 de la LGSM dispone que cuando el contrato social lo establezca, los socios tendrán la obligaciones de hacer aportaciones suplementarias en proporción a sus primitivas aportaciones, es decir a sus aportaciones de capital. (25)

Las aportaciones suplementarias pueden consistir en la entrega de dinero u otros bienes a que los socios se comprometen. (25)

La asamblea de los socios.

La asamblea de los socios es el órgano supremo de la sociedad. Sus resoluciones se tomarán por mayoría de votos de los socios que representen, por lo menos, la mitad del capital social, a no ser que el contrato social exija una mayoría más elevada. Salvo estipulación en contrario, si esta cifra no se obtiene en la primera reunión, los socios serán convocados por segunda vez, tomándose las decisiones por mayoría de votos, cualquiera que sea la porción del capital representado (Artículo 77). (24, 25, 26)

La administración.

Estará a cargo de uno o más gerentes, que podrán ser socios o personas extrañas a la sociedad, designados temporalmente o por tiempo indeterminado. Salvo pacto en contrario, la sociedad tendrá el derecho para revocar en cualquier tiempo a sus administradores (artículo 74). (24, 25, 26)

La vigilancia.

La LGSM, en su artículo 84, prevé, con carácter potestativo, no obligatorio, la constitución de un órgano de vigilancia. Si el contrato social así lo establece, se procederá a la constitución de un Consejo de Vigilancia, formado de socios o de personas extrañas a la sociedad. (25)

SOCIEDAD ANÓNIMA.

La sociedad anónima es la que existe bajo una denominación social y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones (artículo 87). Los derechos y poderes de los socios se determinan en función de su participación en el capital social. (24, 25, 26)

Las notas esenciales que se desprenden de la definición legal de la sociedad anónima son (25):

1. Su existencia en el mundo del comercio bajo una denominación social.
2. El carácter de la responsabilidad de los socios, que queda limitada al pago de sus acciones, que representan a su vez el valor de sus aportaciones.
3. La participación de los socios queda incorporada en títulos de crédito, llamados acciones, que sirven para acreditar y transmitir el carácter de socio.

Denominación social.

La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A." (24, 25, 26)

Requisitos de constitución.

Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere (Artículo 89). (23):

I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.

II. Que el capital social no sea menor de cincuenta mil pesos y que esté íntegramente suscrito. *El capital social equivale a la suma del valor de las aportaciones de los socios, suma que deberá expresarse en moneda del curso legal.*

III.- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario.

IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

Escritura constitutiva.

El artículo 91 menciona que la escritura constitutiva de la sociedad anónima deberá contener, además de los datos requeridos por el artículo 6º, los siguientes:

I.- La parte exhibida del capital social.

II.- El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social, salvo lo dispuesto en el segundo párrafo de la fracción IV del artículo 125.

III.- La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones;

IV.- La participación en las utilidades concedidas a los fundadores.

V.- El nombramiento de uno o varios comisarios.

VI.- Las facultades de la Asamblea General y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto las disposiciones legales puedan ser modificadas por la voluntad de los socios.

Formas de constitución.

Puede constituirse por la comparecencia ante Notario, de las personas que otorguen la escritura social, o por suscripción pública (artículo 90). (24)

Acción.

Las acciones son la fracción en que está dividido el capital social de una sociedad de la que nacen y derivan tanto derechos como obligaciones para los socios y está representado por un título que ampara su valor. (26)

El capital de las sociedades anónimas se divide en acciones, representadas (o incorporadas) en títulos de crédito, que sirven para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de los socios. (25, 26)

La acción puede estudiarse bajo tres aspectos. (25):

1. *Como parte del capital social.* Esta parte del capital que la acción expresa constituye su valor nominal. Al lado de este se puede encontrar el valor real o efectivo de las acciones, que está íntimamente relacionado con el concepto de patrimonio social y, como éste, sujeto a constantes variaciones.
2. *Como expresión de los derechos.* Las acciones, como regla general, confieren a sus tenedores iguales derechos (artículo 112). Sin embargo, el capital social puede quedar dividido en varias clases de acciones con derechos especiales para cada clase.

Son derechos fundamentales del socio:

- La participación en las utilidades (dividendos)

- En el haber social en caso de disolución (cuota de liquidación)
- Intervenir en las decisiones sociales (derecho de voto)

3. *Obligaciones de los socios y título de crédito.* Las acciones de las sociedades anónimas están representadas por títulos de crédito. Estos títulos, conocido con el nombre de “título de participación”. Los títulos deberán expedirse dentro del plazo de un año, contando a partir de la fecha de la escritura constitutiva o de la modificación de ésta, en que se formalice el aumento del capital social. Mientras se entregan los títulos, podrán expedirse certificados provisionales.

La administración.

La administración de la sociedad anónima estará a cargo de uno o varios mandatarios temporales y revocables, quienes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad (artículo 142). Cuando los administradores sean dos o más, constituirán el Consejo de Administración (artículo 143) (24, 25, 26)

Los administradores tienen a su cargo la gestión de la empresa social y la representación de la sociedad. (25, 26)

El nombramiento de los administradores corresponde a los accionistas (artículo 181, fracción II). El nombramiento puede ser revocado en cualquier tiempo por la asamblea general ordinaria de accionistas (artículo 142 y 181). (24, 25, 26)

La vigilancia.

La vigilancia de la administración de la sociedad corresponde a los comisarios, que constituyen un órgano especial de control sobre la gestión de los administradores. (25, 26)

La LGSM exige con carácter de obligatorio, la existencia de este órgano de vigilancia. Así el artículo 164 establece que la vigilancia de la sociedad

anónima estará a cargo de uno o varios Comisarios, temporales y revocables, quienes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad. (24, 25, 26)

La asamblea general de accionistas.

La Asamblea General de Accionistas es el Órgano Supremo de la Sociedad; podrá acordar y ratificar todos los actos y operaciones de ésta y sus resoluciones serán cumplidas por la persona que ella misma designe, o a falta de designación, por el Administrador o por el Consejo de Administración (artículo 178). (24)

Las Asambleas Generales de Accionistas son ordinarias y extraordinarias. Unas y otras se reunirán en el domicilio social, y sin este requisito serán nulas, salvo caso fortuito o de fuerza mayor (artículo 179). (24)

VII b. CENTROS DE VINCULACIÓN EMPRESARIAL.

Los Centros de Vinculación Empresarial son espacios de atención integral del que disponen los micro, pequeños y medianos empresarios del Distrito Federal, están ubicados en 14 delegaciones políticas, en el Fondo de Desarrollo Social del Distrito Federal (FONDESOS), la Cámara Nacional de Comercio en Pequeño (CANACOPE) y el de la propia Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), con el objetivo de informarse acerca de fuentes de financiamiento, esquemas de organización empresarial, oportunidades de comercialización, información económica, estadística y geográfica de la ciudad. (30)

A continuación se mencionan los servicios que se ofrecen en dichos centros:

- Selección y sistematización de información estadística que pueda ser utilizada para estudios de mercado, análisis de uso de suelo, trámites y servicios.
- Información de traza urbana y de las redes de infraestructura de las 16 delegaciones aportada por el Sistema de Información Geográfico, Económico y Estadístico (SIEGE).
- Diagnóstico y estudio de mercado con el manejo de estadísticas económicas, sociodemográficas, de infraestructura y de uso de suelo.
- Vinculación de oferentes y demandantes tanto de bienes y servicios como de capacitación y asesoría.
- Información de los apoyos y programas de gobierno tanto locales como federales.
- Identificación de oportunidades de inversión y asesoría para el desarrollo de un plan de negocios.
- Información general de la apertura de empresas.

VII c. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA PARA LA LOCALIZACIÓN DE UN HVPE.

SIEGE.

En el caso del Distrito Federal existe una herramienta que pone a disposición la Secretaría de Desarrollo Económico. Esta herramienta es el Sistema de Información Económica, Geográfica y Estadística (SIEGE) que es de gran ayuda para tomar una decisión de localización basada con información confiable.

Contiene información tabular (cuadros) que pueden ser utilizados para diversos análisis estadísticos y prospectivos, e información espacial (mapas) con referencia geográfica que van desde la traza urbana de cada una de las diez y seis delegaciones. (31)

La información que ofrece el sistema es la siguiente:

- *Económica.* PIB, banca y crédito, personal ocupado por sector, población económicamente activa, desempleo, entre otras.
- *Geográfico.* Densidad de población, estratificación socioespacial, nivel de bienestar, niveles de ingresos, vialidades y accesos, niveles de marginación, zonificación urbana, establecimientos mercantiles, oferta inmobiliaria, etc.
- *Estadísticos.* Población y vivienda, educación, índices, monografías de las delegaciones, etc.

El acceso a la información es a través de la página www.siege.df.gob.mx

INEGI.

El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con autonomía técnica y administrativa. (32)

Los objetivos del Instituto son:

- Generar e integrar información estadística y geográfica sobre el territorio, la población y la economía de México;
- Proporcionar a la sociedad el servicio público de información estadística y geográfica.
- Normar, coordinar y promover el desarrollo de los Sistemas Nacionales Estadístico y de Información Geográfica, con el objeto de satisfacer las necesidades de información de los diversos sectores de la sociedad.

Entre los servicios que ofrece el INEGI se encuentran los siguientes:

- Bibliotecas.
- Catálogo de productos.
- Centros de información.
- Servicio de Información Estadística de Coyuntura.
- Sitios de interés.

El acceso a la información es a través de la página www.inegi.gob.mx

Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

Está integrado principalmente por los datos de las empresas comerciales, industriales y de servicios, que han proporcionado información al SIEM. (33)

Suministra información oportuna y confiable sobre las características y ubicación de los establecimientos de comercio, servicios, turismo e industria en el país, sirviendo está como referencia para la identificación de oportunidades comerciales y de negocios para cualquier individuo nacional y extranjero. (33)

La base de datos del SIEM está a cargo de la Secretaría de Economía y se encuentra conformada por:

- Un módulo de captación de la información empresarial, que contiene los datos básicos proporcionados por las empresas en los formatos.
- Número de control, asignado por la Secretaria de Economía una vez que la información ingresa a la base de datos del SIEM.
- Módulos especiales de consulta de información para los usuarios del SIEM, ubicados en la Secretaria de Economía y en las Cámaras Empresariales en todo el país.

El acceso a la información es a través de la página www.siem.gob.mx

RSS.

El acrónimo RSS proviene del inglés Really Simple Syndication, o en español, Sindicación Realmente Simple, lo cual quiere decir “forma de compartir información de un modo realmente simple”. (34)

RSS es un documento de XML que utilizan muchos sitios de Internet para publicar contenidos que se actualizan con frecuencia. A los distribuidores de estos contenidos se les denomina “fuentes RSS”, “fuentes XML”, “contenido sindicado” y fuentes web”.

RSS y las fuentes constituyen un mecanismo que permite obtener de Internet información actualizada en forma automática y que se extrae de sitios de Internet que ofrecen el servicio.

Al igual que con la mayor parte de los contenidos disponibles en Internet, la cantidad de información actualizada y enviada en forma automática a la computadora que lo solicita es enorme: una búsqueda sencilla de RSS en Internet arroja miles de millones de entradas. Un primer paso hacia el aprovechamiento de esta herramienta consiste en definir la clase de información sobre la que se desea mantenerse constantemente actualizado. (34).

Se debe de utilizar un programa especializado en leer y agregar fuentes RSS a la computadora. Una búsqueda en Internet propone como los 10 mejores lectores y adicionadores de fuentes RSS para Windows los siguientes, los cuales se encuentran en ingles. (34):

- Omea Reader.
- Awasu Personal Edition.
- Bloglines.
- Google Reader.
- RSS Bandit.
- Squeet.
- IntraVnews.
- Sharp Reader.
- Mozilla Thunderbird.
- Blog Express.

Es recomendable visitar el sitio principal de cada uno para revisar las principales características.

Una fuente para la obtención de información RSS que será útil en relación a la localización del HVPE es a través del sitio del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

Al acceder a la página principal del INEGI aparece a la mitad de la pantalla el logotipo de servicio de noticias RSS, a través del cual se llega a un conjunto de instrucciones y alternativas para el uso de este servicio. En primer lugar, se establece que se trata de un servicio de difusión de noticias que permite recibir los comunicados de prensa del INEGI en el instante que son publicados y menciona también que es necesario disponer de un programa lector y adicionador de RSS y muestra una lista de ligas desde donde se puede bajar cinco de ellos que son gratuitos. (34)