



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

MERCADOTECNIA VETERINARIA.
BASES MERCADOLOGICAS PARA LA INSTALACION
DE UN CONSULTORIO VETERINARIO EN EL
MUNICIPIO DE TECAMAC.

TRABAJO DE SEMINARIO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

MEDICA VETERINARIA ZOOTECNISTA

P R E S E N T A :

MIRNA BEATRIZ MERINO MUÑOZ

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

CUAUTITLAN IZCALLI, ESTADO DE MEXICO

1999.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

0275063



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

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN



DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES-CUAUTITLÁN
P R E S E N T E .

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 un consultorio veterinario en el Municipio de Tecámac.

que presenta la pasante: Mirna Beatriz Merino Muñoz
con número de cuenta: 9011012 - 0 para obtener el Título de:
Médica Veterinaria Zootecnista

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

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

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Edo. de México, a 25 de febrero de 19 99

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



A Dios

Por darme la vida y permitirme llegar hasta este momento.

A mis padres Bertha y David

Por brindarme su apoyo incondicional, alentarme en todo momento
y darme lo más importante y valioso. Los amo.

A mis hermanos David y Edgar

Como un ejemplo a seguir.

A mi tía Ma. Luisa y sus hijas Sandra y Martha

Por darme su apoyo y compartir lindos momentos.

Al M.V. Z. Ignacio C. Rangel Rodríguez

Por brindarme su amistad y compartir sus conocimientos.

Al M.V. Z. Angel Vicente Gómez Alvarez

Por su apoyo, amistad y consejos.

A mi asesor M.V. Z. Sergio Cortés y Huerta

Por hacer posible este trabajo, junto con el equipo de profesores
que nos orientaron durante el seminario.

A Jazmín Paniagua
Por su grata amistad y hacer más grato mi paso por la facultad.

A mis compañeros y amigos
Especialmente a Melina, Cesar , Fernando, Oscar, Rodrigo.
Por compartir conmigo gratos momentos.

A mi querida FES - Cuautitlán.

A todos los que colaboraron con mi formación académica y
Profesional.

* * * * *

A todos Gracias.

ÍNDICE

Introducción	1
1.1 Misión	2
1.2 Visión	3
1.4 Organigrama	4
1.5 Descripción de puestos por área de resultados	5
2. Información Básica	
2.1 Externa	11
2.2 Interna	13
3. Análisis Situacional	
3.1 Análisis del entorno	15
3.2 Análisis de la empresa	17
4. Estructura del negocio	
4.1 Objetivos	20
4.2 Estrategias	20
4.3 Planes de acción	20

5. Elaboración de presupuestos	
5.1 Presupuesto de inversiones	25
5.2 Flujo de efectivo proyectado	26
5.3 Presupuesto de costos	27
5.4 Presupuesto de gastos	30
5.5 Presupuesto de ventas	31
5.6 Estado de resultados proyectado	34
6. Conclusiones	35
7. Anexos	36
8. Bibliografía	40

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la zona rural desaparece rápidamente y con esta, algunas de las especies que la integran, como son los rumiantes y los cerdos; con el acelerado crecimiento del área metropolitana se incrementa considerablemente la población canina y felina, provocando que haya una mayor demanda en los servicios médicos que estos requieren.

En este lugar la población tiene diferentes ideologías, algunas personas ya están conscientes de que el contar con un mascota es tener una responsabilidad más, ya que hay que brindarle protección, pues se tiene un compromiso con un ser diferente que depende totalmente de ellos; pero también existe la cara opuesta, personas que ignoran totalmente el trato y los cuidados que requiere una mascota.

Con este proyecto, se desea orientar oportunamente a la población acerca de los cuidados correctos que requiere una mascota, poder indicar un tratamiento adecuado y ante todo concientizar a la población, para que sepan que la medicina preventiva es mejor que un tratamiento inoportuno.

Para poder lograr lo anterior, es conveniente la instalación de un consultorio veterinario, en el municipio de Tecámac, pues a pesar de que existen algunos ya establecidos, no cuentan con personal capacitado, brindando así un servicio con varias carencias y no orientando adecuadamente a la población.

Otro motivo por el que se planea la instalación de un consultorio veterinario, es con el fin de crecer como microempresa para contar con una estabilidad económica, además de servir a la comunidad satisfaciendo así las necesidades de servicio médico veterinario y poniendo a su disposición los productos que requieren sus mascotas.

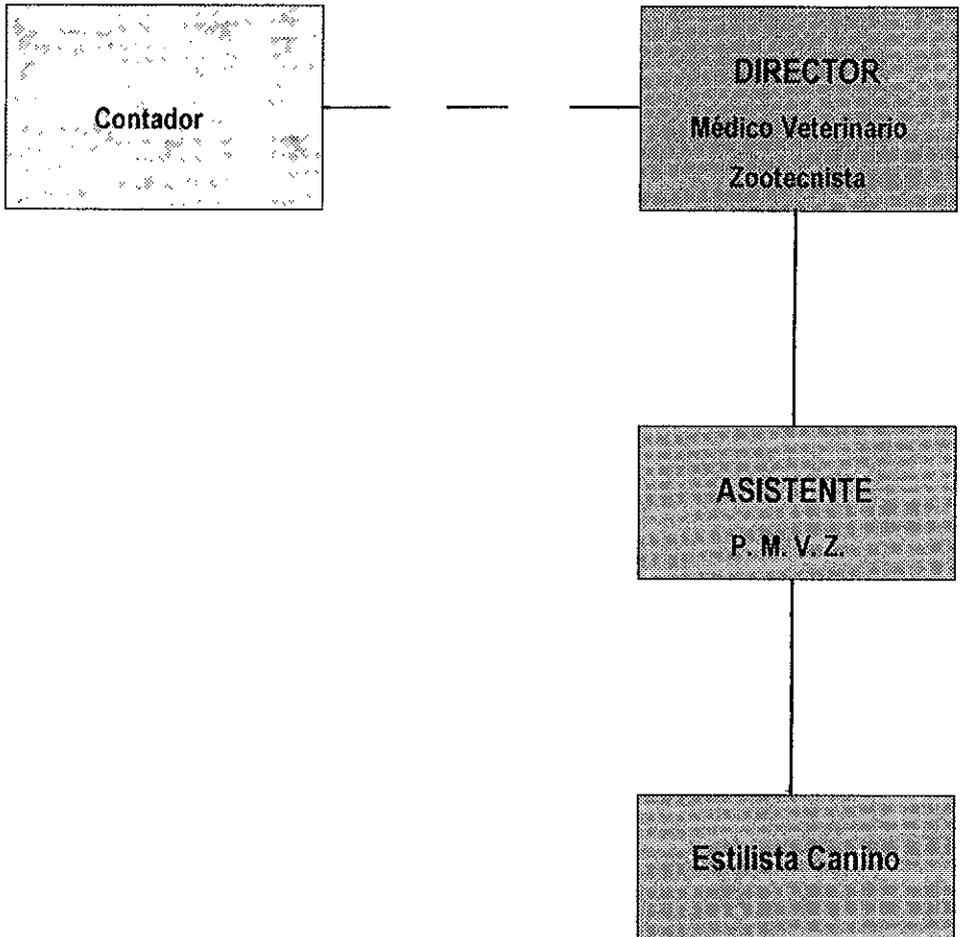
MISIÓN

Brindar atención médica veterinaria a pequeñas especies, proporcionando un servicio profesional, personalizado con un ambiente propicio y agradable para nuestros pacientes; teniendo como objetivo el conservar e incrementar nuestros clientes.

VISIÓN

Desarrollar una empresa en donde se integren todos los servicios médicos que requiere una mascota, poniendo mayor énfasis en la prevención de enfermedades y en el diagnóstico oportuno.

ORGANIGRAMA



Descripción de puestos por área de resultados

Título del puesto: Director

Misión del puesto: Mantener constante la funcionalidad y rentabilidad de las diferentes áreas de la empresa.

Área de Resultados	Responsabilidades	Parámetros
Planeación	<ul style="list-style-type: none">✿ Información básica interna y externa.✿ Diseño de organigrama.✿ Descripción de puestos.✿ Identificar problemas y oportunidades.✿ Identificar fuerzas y debilidades.✿ Análisis de información.✿ Estructura del negocio.	<ul style="list-style-type: none">✿ Errores✿ Funcionalidad de la empresa✿ Carga de trabajo✿ Problemas
Organización	<ul style="list-style-type: none">✿ Mantener organizado el organigrama.✿ Políticas y procedimientos.	<ul style="list-style-type: none">✿ Retrocesos✿ Problemas✿ Quejas
Liderazgo	<ul style="list-style-type: none">✿ Selección y contratación del personal.✿ Capacitación y desarrollo del personal.✿ Motivación para el personal.✿ Integración del equipo de trabajo.	<ul style="list-style-type: none">✿ Asistencia del personal✿ Conflictos interpersonales✿ Porcentaje de problemas presentados y resueltos
Control	<ul style="list-style-type: none">✿ Monitoreo de resultados de planes y presupuestos.✿ Análisis de costos y gastos.	<ul style="list-style-type: none">✿ Desviaciones a lo presupuestado

Título del puesto: Asistente del Médico Veterinario Zootecnista.

Título del superior: Director Médico Veterinario Zootecnista.

Misión del puesto: Proporcionar apoyo técnico e intelectual en las diferentes áreas de la empresa.

Área de Resultados	Responsabilidades	Parámetros
Consultas	<ul style="list-style-type: none">✿ Recepción del paciente.✿ Examen físico del paciente.✿ Diagnóstico.✿ Tratamiento.✿ Medicina preventiva.✿ Orientación a los clientes.	<ul style="list-style-type: none">✿ Pacientes recuperados✿ Clientes satisfechos✿ Nuevos pacientes
Asesoría	<ul style="list-style-type: none">✿ Resolver dudas a los clientes.	<ul style="list-style-type: none">✿ Número de clientes satisfechos
Cirugías	<ul style="list-style-type: none">✿ Preparación del paciente.✿ Realizar cirugías.✿ Seguimiento postoperatorio.	<ul style="list-style-type: none">✿ Animales recuperados✿ Número de problemas postoperatorios
Ventas	<ul style="list-style-type: none">✿ Atención a clientes.✿ Información sobre el producto.	<ul style="list-style-type: none">✿ Cantidad de productos vendidos

Area de Resultados	Responsabilidades	Parámetros
Supervisión	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Evaluar desempeño y productividad de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Número de problemas internos
Inventario	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Monitoreo de ventas. ✿ Registro de ingresos. ✿ Registro de egresos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Análisis de ventas semanales
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Hacer pedidos. ✿ Recibir mercancía. ✿ Pago de facturas 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Número de productos faltantes.
Informe al director	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Informe de actividades . ✿ Evaluación de actividades. 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Número de problemas y quejas

Título del puesto: Estilista Canino.

Título del superior: Asistente del Médico Veterinario Zootecnista.

Misión del puesto: Realizar las actividades relacionadas con la estética canina.

Área de Resultados	Responsabilidades	Parametros
Asesoría al cliente	<ul style="list-style-type: none">Indicar el tipo de corte al cliente.Informar sobre los cuidados que debe recibir la mascota.	<ul style="list-style-type: none">Clientes satisfechosClientes nuevos
Servicios	<ul style="list-style-type: none">Trato amable al cliente.Manejo adecuado a la mascota.Reporte de enfermedades cutáneas al Médico y Propietarios.Evitar traumatismos	<ul style="list-style-type: none">Clientes satisfechosClientes nuevosPorcentaje de quejas
Material	<ul style="list-style-type: none">Uso adecuado del material.Limpieza y desinfección del área y material utilizado.Reporte de material descompuesto	<ul style="list-style-type: none">Material descompuestoProblemas en el área
Instalaciones	<ul style="list-style-type: none">Mantener ordenada la zona de trabajo.Higiene de la zona.	<ul style="list-style-type: none">Problemas en la zonaHigiene de la zona



2. Información Básica

EXTERNA

El municipio de Tecámac esta ubicado al norte del Estado de México, posee una extensión territorial de 164,000 km., que representa el 0.68% de la superficie total del estado.

La cabecera municipal esta localizada a 2,560 m.s.n.m.; el municipio colinda al norte con los municipios de Zumpango, Temascalapa y el estado de Hidalgo; al este con los municipios de Temascalapa, Teotihuacán y Acolmán; al sur con Acolmán y Ecatepec; al oeste con Zumpango, Nextlalpan, Jaltenco y Coacalco.

Por su organización interna este municipio se divide en 24 delegaciones y 3 subdelegaciones que conforman los 12 pueblos, 44 colonias, 4 barrios, 8 ranchos y un fraccionamiento.

Del total de la población que lo integran, solo la tercera parte es económicamente activa, teniendo como principales actividades las de comerciante, operadores de transportes o de máquina fija, ayudantes de cualquier tipo, obreros y artesanos.

El nivel educativo de la población tiene una mejora continúa, debido a que ya se cuenta con más centros educativos, que proporcionan servicio desde el nivel preescolar y hasta un grado universitario.

El número total de los habitantes, hasta el censo de 1990, era de 148,432, de este total 73,396 (49.4%) son hombres y 75,036 (50.6%) son mujeres; la tasa de crecimiento media anual estimada es de 3.3%.

La población canina y felina esta estimada en 25,444, considerando que en la actualidad existe un perro por cada siete habitantes y por cada cinco perros un gato.

En este municipio están establecidos 15 consultorios veterinarios, los cuales cuentan con un mercado penetrado que es de 10,200 pacientes aproximadamente.

Tomando en cuenta los anteriores datos, nos indican que contamos con un mercado disponible de 15,260 mascotas, aproximadamente.

Nuestro mercado meta, representa el 15% del mercado disponible y este es de 1,500 pacientes; tomando en cuenta que esta cantidad puede incrementarse por la calidad del servicio que se ofrece.

INTERNA

El consultorio será ubicado en la avenida San Francisco No. 5, en San Francisco Cuaucliquixca, Tecámac, Estado de México.

Esta empresa estará integrada por un director que es Médico Veterinario Zootecnista titulado, un asistente del director y un estilista canino.

Se planea que el consultorio este dividido en las siguientes áreas:

1. Sala de Espera

Esta va a tener diversos cuadros con paisajes y algunos con diferentes razas de caninos y felinos, equipada con algunas sillas, un archivero y un escritorio.

2. Sala de Exploración

Esta área se destina a la exploración, diagnóstico y tratamiento; las paredes son de color blanco y tienen algunos cuadros, en los que se muestran algunas alteraciones comunes en los perros y gatos, el mobiliario será integrado por una mesa de exploración, negatoscopio (en un futuro), una vitrina en donde se encuentran medicamentos y el equipo necesario para el diagnóstico y tratamiento, un lavabo, un refrigerador y un librero.

3. Área de Estética

El equipo que se localiza en esta zona, es una tina con toma de agua, una mesa de estética con antiderrapante y brazo, un anaquel en el que se van a encontrar la máquina rasuradora, cardas, tijeras, peines, toallas, cepillos, secadora, etc.

4. Quirófano

Este lugar será equipado con una lampara de rayos ultravioleta, un negatoscopio, una mesa para cirugía con charola de acero inoxidable, un anaquel en donde se colocarán los bultos de ropa estéril, suturas, antisépticos e instrumental estéril, una mesa Mayo, lampara móvil, un esterilizador y un lavabo.



3. Análisis Situacional

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Problemas	Posible Mitigación
Muchas personas no llevan regularmente a su mascota con el Médico Veterinario.	<ul style="list-style-type: none"> * Fomentar una nueva cultura a los ciudadanos * Indicar a la población los beneficios que brinda la prevención de enfermedades
Los otros consultorios ya tienen antigüedad y son reconocidos	<ul style="list-style-type: none"> * Brindar un buen servicio a los clientes y mascotas que asistan * Hacer una campaña publicitaria
Mercado amplio pero no invierten en sus mascotas.	<ul style="list-style-type: none"> * Enseñar a la población sobre los beneficios que pueden obtener. * Publicidad
Inflación y Devaluación.	
El equipo para diagnóstico tiene un costo elevado	<ul style="list-style-type: none"> * Adquirir equipo seminuevo * Adquirir el equipo a crédito

Oportunidades	Acción a desarrollar
Localización estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> * Captación de clientes * Mejorar el acceso a clientes * Publicidad
Los consultorios cercanos no cuentan con el equipo necesario para la atención integral de las mascotas.	<ul style="list-style-type: none"> * Servicio más rápido y completo * Evitar que los clientes se desplacen a otros lugares
Campañas de Vacunación	<ul style="list-style-type: none"> * Colaborar con el gobierno para la campaña * Promover los servicios que se ofrecen en el consultorio
Épocas de invierno	<ul style="list-style-type: none"> * Promover baños en seco * Invertir en artículos para mascotas
Tendencia de la población para obtener ciertas razas de perros	<ul style="list-style-type: none"> * Buscar la información en ciertas razas * Orientar a la población acerca de los cuidados * Incrementar el número de clientes

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

Fuerzas	Posible Aplicación
Instalaciones funcionales	<ul style="list-style-type: none"> * Mejor servicio * Mayor comodidad para la clientela
Descripción de puestos por área de resultados	<ul style="list-style-type: none"> * Mejor servicio a clientes * Incrementar el número de clientes
Objetivos definidos	<ul style="list-style-type: none"> * Crecer como empresa * Incrementar el número de clientes * Mejorar el servicio
Personal Capacitado	<ul style="list-style-type: none"> * Mejor servicio a clientes * Servicio personal
Se tienen evaluados los gastos y los costos	<ul style="list-style-type: none"> * Tener una mejor administración * Inventarios seguros

Debilidad	Que me impide	Corrección
Inexperiencia	<ul style="list-style-type: none"> ☼ No brindar un tratamiento adecuado ☼ Brindar un servicio completo 	<ul style="list-style-type: none"> ☼ Adquirir material bibliográfico ☼ Asistir a cursos de actualización ☼ Relacionarse con personas que tengan mayor experiencia
No soy conocida	<ul style="list-style-type: none"> ☼ Tener menor número de clientes ☼ Menos ingresos ☼ Disminuir los gastos y los costos 	<ul style="list-style-type: none"> ☼ Campaña publicitaria
Falta de Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ☼ Incrementar el número de clientes ☼ Incrementar los ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> ☼ Anuncios en publicaciones de la zona ☼ Distribuir folletos ☼ Poner anuncios publicitarios en lugares cercanos



4. Estructura del Negocio

Área de Resultados: Desarrollo personal

Objetivos: Destinar un mínimo de 30 horas mensuales para mantenerse actualizado

Estrategias:

1.1 Obtener material bibliográfico.

1.2 Hacerse socio de AMVEPEN.

Planes de Acción	Inicio	Termino	Responsable
1.1.1 Hacer un listado del material bibliográfico que se requiere.	25 marzo 1999	Permanente	Asistente
1.1.2 Revisar las diferentes opciones.	5 abril 1999	Permanente	Director
1.1.3 Adquirir libros, revistas, etc.	5 mayo 1999	Permanente	Director
1.2.1 Directorio de directivos de la asociación.	20 marzo 1999	24 marzo 1999	Asistente
1.2.2 Pedir informes sobre los requisitos.	25 marzo 1999	30 marzo 1999	Asistente
1.2.3 Ser miembro de la asociación.	2 abril 1999	Permanente	Director/Asistente
1.2.4 Asistir a reuniones.	5 abril 1999	Permanente	Director/Asistente
1.2.5 Elegir los cursos de actualización a los que podemos asistir.	5 abril 1999	Permanente	Director/Asistente

Área de Resultados: Promoción

Objetivo: Captar por lo menos 15 clientes nuevos mensualmente hasta abarcar totalmente nuestro mercado meta.

Estrategias:

- 2.1 Anunciarse en las publicaciones locales periódicamente.
- 2.2 Poner anuncios en las colonias cercanas.
- 2.3 Anuncio en un lugar en donde transiten continuamente los posibles clientes.

Planes de Acción	Inicio	Termino	Responsable
2.1.2 Directorio de publicaciones.	25 marzo 1999	30 marzo 1999	Asistente
2.1.2 Verificar la frecuencia de estas.	5 abril 1999	15 abril 1999	Asistente
2.1.3 Elegir las publicaciones.	15 abril 1999	30 abril 1999	Asistente
2.2.1 Recorrido de las colonias cercanas.	15 marzo 1999	20 marzo 1999	Asistente
2.2.2 Poner anuncios publicitarios.	1 abril 1999	30 abril 1999	Asistente
2.2.3 Repartir folletos promocionales.	10 abril 1999	25 abril 1999	Asistente
2.3.1 Revisar las diferentes líneas de acceso.	Abril 1999	Abril 1999	Asistente
2.3.2 Ver cuales son las más transitadas.	Abril 1999	Abril 1999	Asistente
2.3.3 Elegir el lugar donde poner el anuncio.	Abril 1999	Abril 1999	Director

Área de Resultados: Mercado

Objetivo: Informar a las diversas comunidades sobre los servicios que se ofrecen en la empresa, para así abarcar un mercado más amplio, a partir de el segundo año de establecidos.

Estrategias:

- 3.1 Hacer un a evaluación de la demanda que tienen estos servicios en la comunidad.
- 3.2 Promover los servicios en diversas comunidades.

Planes de Acción	Inicio	Termino	Responsable
3.1.1 Hacer un estudio de mercado.	Febrero 2000	Febrero 2000	Asistente
3.1.2 Evaluar los servicios que requieren.	Febrero 2000	Abril 2000	Asistente
3.1.3 Hacer encuestas en las diferentes comunidades.	Mayo 2000	Junio 2000	Asistente
3.2.1 Directorio de publicaciones en las diferentes comunidades.	Mayo 2000	Mayo 2000	Asistente
3.2.2 Anuncios en publicaciones	Mayo 2000	Mayo 2000	Asistente
3.2.3 Anuncios por radio.	Junio 2000	Julio 2000	Director
3.2.4 Repartir folletos promocionales.	Mayo 2000	Mayo 2000	Director

Area de Resultados: Inversiones

Objetivo: Invertir \$200,000 en el equipo necesario para poder brindar el servicio de diagnóstico en un período de dos años.

Estrategias

- 4.1 Adquirir el equipo para la instalación del quirófano.
- 4.2 Contar con el material y equipo para realizar las pruebas de laboratorio.
- 4.3 Adquirir e instalar el equipo de rayos X.

Planes de Acción	Inicio	Termino	Responsable
4.1.1 Listado de equipo que se requiere.	5 abril 1999	30 abril 1999	Director
4.1.2 Directorio de proveedores.	Mayo 1999	Mayo 1999	Asistente
4.1.3 Visitar proveedores.	Octubre 1999	Noviembre 2000	Asistente
4.1.4 Adquirir el equipo.	Febrero 2000	Mayo 2000	Director
4.2.1 Listado de material y equipo.	Junio 1999	Junio 1999	Director
4.2.2 Directorio de proveedores.	Julio 1999	Julio 1999	Asistente
4.2.3 Hacer comparación de precio y calidad.	Agosto 1999	Agosto 1999	Director
4.2.4 Comprar el equipo y material.	Abril 2000	Junio 2000	Director
4.3.1 Directorio de proveedores.	Abril 2000	Abril 2000	Asistente
4.3.2 Visitar proveedores.	Julio 2000	Agosto 2000	Asistente
4.3.3 Elegir y adquirir el equipo.	Septiembre 2000	Noviembre 2000	Director



5. Elaboración de presupuestos

PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Descripción	Marzo	Abril	Junio	Octubre	TOTAL
Mobiliario	4100				4100
Renta	1400				1400
Equipo de Cirugia	2400				2400
Equipo de Auscultación		1400			1400
Refrigerador	1900				1900
Extintor	400				400
Esterilizador			2640		2640
Mesa para estética	1000				1000
Equipo para estética	2800				2800
Microscopio				12560	12560
Subtotal	14000	1400	2640	12560	30600
I.V.A. 15%	2100	210	369	1889	4563
TOTAL	16100	1610	3009	14449	35163

PROYECTO: Instalación de un Consultorio Veterinario.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO
Marzo 1999 - Febrero 2000

Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Saldo Bancos	20000	2926	3352	6775	13915	20163	22524	27336.5	15992.5	21099.5	27043.5	34405.5
INGRESOS												
Servicios	8830	11290	12460	19915	15990	17790	14435	12590	14740	15925	17215	19565
Ventas	1732	1767	2432	2927	3279	3517	3113	2576	3049	3363	3603	3517
Suma	30562	15983	18244	29617	33184	41470	40072	42502.5	33781.5	40387.5	47861.5	57487.5
EGRESOS												
Inversión	16100	1610		3009				14444				
Costo Servicios	2536.5	3347	3646	4273	4636	5071	4138.5	3838	4267	4508	4829	5580
Costo Ventas	1169.5	1194	1643	1990	2205	7445	2117	1763	2085	2291	2437	2374
Gastos	7830	6480	6180	6430	6180	6430	6480	6465	6330	6545	6190	6460
Suma	27636	12631	11469	15702	13021	19946	12735.5	26510	12682	13344	13456	14414
SALDO	2926	3352	6775	13915	20163	22524	27336.5	15992.5	21099.5	27043.5	34405.5	43073.5

PRESUPUETO DE COSTOS

Marzo - Agosto 1999

Servicios	Costo/Unidad	Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto	
	Pesos	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Consulta	15	15	225	22	330	24	360	29	435	29	435	35	525
DESPARASITACIÓN													
P Chicos	9	11	99	15	135	18	162	20	180	24	216	22	198
P Grandes	35	1	35	4	140	2	70	2	70	3	105	3	105
VACUNAS													
Parvovirus	22.5	10	225	10	225	10	225	10	225	8	180	6	135
Triple Canina	25	10	250	10	250	10	250	9	225	8	200	5	125
Quintuple	36.5	10	365	14	511	14	511	17	620.5	21	766.5	23	839.5
Séxtuple	36.5	10	365	14	511	14	511	17	620.5	21	766.5	23	839.5
Leucemia Felina	52.5	1	52.5	0	0	0	0	1	52.5	1	52.5	0	0
Triple Felina	29	2	58	2	58	2	58	3	87	2	58	2	58
Rabia	15	14	210	15	225	16	240	16	240	17	255	17	255
CIRUGIAS													
O.V.H. Perras	55	2	110	2	110	2	110	4	220	4	220	4	220
O.V.H. Gatas	45	2	90	2	90	4	180	5	225	4	180	6	270
Otoplastia Estética	40	2	80	3	120	3	120	4	160	5	200	8	320
Caudectomía	13	6	78	10	130	15	195	14	182	15	195	15	195
ESTÉTICA CANINA													
P Chicos	38	5	190	8	304	9	342	11	418	13	494	15	570
P Grandes	52	2	104	4	208	6	312	6	312	6	312	8	416
TOTAL			2536.5		3347		3646		4272.5		4636		5071

Productos													
Bolfo	19	12	228	12	228	14	266	16	304	18	342	20	380
Collar antipulgas	33	10	330	10	330	12	396	15	495	15	495	18	594
Scabism	24.5	4	98	5	122.5	12	294	15	367.5	15	367.5	14	343
Pastillas antipulgas													
P 3 a 9 Kg	27	8	216	8	216	10	270	14	378	15	405	15	405
P 10 a 20 Kg	28.5	5	142.5	5	142.5	7	199.5	8	228	10	285	12	342
P 21 a 40 Kg	31	5	155	5	155	7	217	7	217	10	310	10	310
TOTAL			1169.5		1194		1643		1989.5		2205		2374

PRESUPUESTO DE COSTOS
Septiembre 1999 - Febrero 2000

Servicios	Costo/Unidad		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre		Enero		Febrero	
	Pesos		Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Consulta		15	25	375	22	330	23	345	29	435	35	525	38	570
DESPARASITACIÓN														
P. Chicos		9	20	180	18	162	19	171	21	189	23	207	22	198
P. Grandes		35	1	35	1	35	2	70	2	70	3	105	3	105
VACUNAS														
Parvovirus		22.5	5	112.5	5	112.5	5	112.5	4	90	3	67.5	6	135
Triple Canina		25	5	125	5	125	5	125	4	100	3	75	5	125
Quintuple		36.5	21	766.5	21	766.5	24	876	25	912.5	25	912.5	29	1059
Séxtuple		36.5	21	766.5	21	766.5	24	876	27	985.5	27	985.5	30	1095
Leucemia Felina		52.5	0	0	0	0	1	52.5	0	0	1	52.5	0	0
Triple Felina		29	0	0	2	58	2	58	2	58	2	58	1	29
Rabia		15	16	240	16	240	17	255	19	285	19	285	21	315
CIRUGIAS														
O.V.H. Perras		55	3	165	2	110	2	110	4	220	5	275	6	330
O.V.H. Gatas		45	5	225	2	90	4	180	4	180	4	180	5	225
Otoplastia Estética		40	5	200	3	120	6	240	5	200	6	240	7	280
Caudectomía		13	16	208	14	182	16	208	19	247	21	273	16	208
ESTÉTICA CANINA														
P. Chicos		38	14	532	14	532	10	380	10	380	10	380	17	646
P. Grandes		52	4	208	4	208	4	208	3	156	4	208	5	260
TOTAL				4138.5		3838		4267		4508		4829		5680

Productos														
Bolfo		19	20	380	20	380	23	437	25	475	25	475	20	380
Collar antipulgas		33	18	594	15	495	18	594	18	594	18	594	18	594
Scabisin		24.5	14	343	14	343	15	367.5	15	367.5	15	367.5	14	343
Pastillas antipulgas														
P. 3 a 9 Kg.		27	12	324	8	216	10	270	14	378	15	405	15	405
P. 10 a 20 Kg		28.5	8	228	5	142.5	7	199.5	8	228	10	285	12	342
P. 21 a 40 Kg		31	8	248	6	186	7	217	8	248	10	310	10	310
TOTAL				2117		1763		2085		2291		2437		2374

**PRESUPUESTO DE COSTOS
(TOTAL)
Marzo 1999 - Febrero 2000**

Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	TOTAL
Servicios	2536.5	3347	3648	4273	4636	5071	4138.5	3838	4267	4508	4829	5580	50670
Ventas	1169.5	1194	1643	1990	2205	2374	2117	1763	2085	2291	2437	2374	23642.5
TOTAL	3706	4541	5289	6263	6841	7445	6255.5	5601	6352	6799	7266	7954	74312.5

PRESUPUESTO DE GASTOS
Marzo 1999 - Febrero 2000

Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	TOTAL
Renta	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	19200
Licencias	500												500
Luz		250		250		250		285		285		270	1590
Teléfono	500	500	500	500	500	500	500	500	500	550	500	500	6050
Sueldos	3050	3050	3050	3050	3050	3050	3050	3050	3050	3050	3050	3050	36600
Prestaciones	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	610	7320
Anuncio	600						300						900
Asesoría Contable	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1440
Limpieza	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Papelera	700	200	150	150	150	150	150	150	300	180	160	160	2600
TOTAL	7830	6480	6180	6430	6180	6430	6480	6465	6330	6545	6190	6460	78000

PROYECTO: Instalación de un Consultorio Veterinario.

PRESUPUESTO DE VENTAS

Marzo - Agosto 1999

Servicios	Costo/Unidad	Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto	
	Pesos	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Consulta	55	15	825	22	1210	24	1320	29	1595	29	1595	35	1925
DESPARASITACIÓN													
P. Chicos	50	11	550	15	750	18	900	20	1000	24	1200	22	1100
P. Grandes	75	1	75	4	300	2	150	2	150	3	225	3	225
VACUNAS													
Parvovirus	75	10	750	10	750	10	750	10	750	8	600	6	450
Truple Canina	80	10	800	10	800	10	800	9	720	8	640	5	400
Quintuple	100	10	1000	14	1400	14	1400	17	1700	21	2100	23	2300
Sextuple	110	10	1100	14	1540	14	1540	17	1870	21	2310	23	2530
Leucemia Felina	120	1	120	0	0	0	0	1	120	1	120	0	0
Truple Felina	90	2	180	2	180	2	180	3	270	2	180	2	180
Rabia	60	14	840	15	900	16	960	16	960	17	1020	17	1020
CIRUGIAS													
O.V.H. Perras	350	2	700	2	700	2	700	4	1400	4	1400	4	1400
O.V.H. Gatas	250	2	500	2	500	4	1000	5	1250	4	1000	6	1500
Otoplastia Estética	280	2	560	3	840	3	840	4	1120	5	1400	8	2240
Caudectomía	50	6	300	10	500	15	750	14	700	15	750	15	750
ESTÉTICA CANINA													
P. Chicos	70	5	350	8	560	9	630	11	770	13	910	15	1050
P. Grandes	90	2	180	4	360	6	540	6	540	6	540	8	720
TOTAL			8830		11290		12460		14915		15990		17790

Productos													
Bofo	27	12	324	12	324	14	378	16	432	18	486	20	540
Collar antipulgas	45	10	450	10	450	12	540	15	675	15	675	18	810
Scabisin	34.5	4	138	5	172.5	12	414	15	517.5	15	517.5	14	483
Pastillas antipulgas													
P 3 a 9 Kg.	40	8	320	8	320	10	400	14	560	15	600	15	600
P 10 a 20 Kg	42	5	210	5	210	7	294	8	336	10	420	12	504
P 21 a 40 Kg.	58	5	290	5	290	7	406	7	406	10	580	10	580
TOTAL			1732		1766.5		2432		2927		3279		3517

PRESUPUESTO DE VENTAS
Septiembre 1999 - Febrero 2000

Servicios	Costo/Unidad	Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre		Enero		Febrero	
	Pesos	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo	Unidad	Costo
Consulta	55	25	1375	22	1210	23	1265	29	1595	35	1925	38	2090
DESPARASITACIÓN													
P. Chicos	50	20	1000	18	900	19	950	21	1050	23	1150	22	1100
P. Grandes	75	1	75	1	75	2	150	2	150	3	225	3	225
VACUNAS													
Parvovirus	75	5	375	5	375	5	375	4	300	3	225	6	450
Triple Canina	80	5	400	5	400	5	400	4	320	3	240	5	400
Quíntuple	100	21	2100	21	2100	24	2400	25	2500	25	2500	29	2900
Séxtuple	110	21	2310	21	2310	24	2640	27	2970	27	2970	30	3300
Leucemia Felina	120	0	0	0	0	1	120	0	0	1	120	0	0
Triple Felina	90	0	0	2	180	2	180	2	180	2	180	1	90
Rabia	60	16	960	16	960	17	1020	19	1140	19	1140	21	1260
CIRUGIAS													
O.V.H Perras	350	3	1050	2	700	2	700	4	1400	5	1750	6	2100
O.V.H Gatas	250	5	1250	2	500	4	1000	4	1000	4	1000	5	1250
Otoplasia Estética	280	5	1400	3	840	6	1680	5	1400	6	1680	7	1960
Caudectomía	50	16	800	14	700	16	800	19	950	21	1050	16	800
ESTÉTICA CANINA													
P. Chicos	70	14	980	14	980	10	700	10	700	10	700	17	1190
P. Grandes	90	4	360	4	360	4	360	3	270	4	360	5	450
TOTAL			14435		12590		14740		15925		17215		19565

Productos													
Bolfo	27	20	540	20	540	23	621	25	675	25	675	20	540
Collar antipulgas	45	18	810	15	675	18	810	18	810	18	810	18	810
Scabisin	34 5	14	483	14	483	15	517 5	15	517 5	15	517 5	14	483
Pastillas antipulgas													
P. 3 a 9 Kg	40	12	480	8	320	10	400	14	560	15	600	15	600
P. 10 a 20 Kg	42	8	336	5	210	7	294	8	336	10	420	12	504
P. 21 a 40 Kg	58	8	464	6	348	7	406	8	464	10	580	10	580
TOTAL			3113		2576		3049		3363		3603		3517

**PRESUPUESTO DE VENTAS
(TOTAL)
Marzo 1999 - Febrero 2000**

Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	TOTAL
Servicios	8830	11290	12460	19915	15990	17790	14435	12590	14740	15925	17215	19565	180745
Ventas	1767	1767	2432	2927	3279	3517	3113	2576	3049	3363	3603	3517	34910
TOTAL	10597	13057	14892	22842	19269	21307	17548	15166	17789	19288	20818	23082	215655

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
Marzo 1999 - Febrero 2000

Concepto	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	TOTAL
Servicios	8830	11290	12460	19915	15990	17790	14435	12590	14740	15925	17215	19565	180745
Ventas	1732	1767	2432	2927	3279	3517	3113	2576	3049	3363	3603	3517	34875
Suma	10562	13057	14892	22842	19269	21307	17548	15166	17789	19288	20818	23082	215620
MENOS													
Costo de Servicios	2536.5	3347	3646	4273	4636	5071	4138.5	3838	4267	4508	4829	5580	50670
Costo de Ventas	1169.5	1194	1643	1990	2205	7445	2117	1763	2085	2291	2437	2374	28713.5
Suma	3706	4541	5289	6263	6841	12516	6255.5	5601	6352	6799	7266	7954	79383.5
IGUAL													
Utilidad Bruta	6856	8516	9603	16579	12428	8791	11292.5	9565	11437	12489	13552	15128	136236.5
MENOS													
Gastos	7830	6480	6180	6430	6180	6430	6480	6465	6330	6545	6190	6460	78000
IGUAL													
Resultado de Operacion	-974	2036	3423	10149	6248	2361	4812.5	3100	5107	5944	7362	8668	58236.5
Porcentaje Sobre Venta	-9.22173831	15.5931684	22.9854956	44.4313107	32.4251388	11.0808654	27.4247778	20.4404589	28.7087526	30.8170883	35.3636276	37.5530717	27.0088582

CONCLUSIÓN

La instalación de un consultorio, en el municipio de Tecámac, con una inversión inicial de \$20,000.00, es viable debido a que los presupuestos hechos, nos muestran que a partir del segundo mes de operación se logran utilidades y en el sexto mes de operación se recupera el capital invertido en un inicio.

Bajo esta operación se obtiene un margen de operación variable durante el primer año, el inicial es de -9%, teniendo un mayor rendimiento a partir de quinto mes de operación, este disminuye y vuelve a incrementarse hasta el décimo mes, para finalizar el año teniendo un 27% ; esto se debe a las diversas inversiones que se hacen durante el año, pues los gastos y los costos se mantienen constantes, por todo lo anterior es considerada rentable la instalación de este consultorio veterinario.



7. Anexos

POLÍTICAS

* Servicio al Publico

1. A todo paciente que llegue se le abrirá su propio expediente.
2. Todas las cirugías deberán ser programadas, a excepción de las urgencias.
3. Ninguna mascota será maltratada.
4. Después de la 19.00 horas ya no se admitirá ninguna consulta.

* Económicas

1. Se elaborara diariamente un registro de ingresos y egresos.
2. Se debe realizar un inventario semanal.
3. Las consultas a domicilio tendrán un costo extra.

* Compras

1. No se adquirirán productos a crédito.
2. Solo se adquirirá lo que esta contemplado en los presupuestos.

PROCEDIMIENTOS

*** Consulta**

1. Se realizara una anamnesis del paciente.
2. Examen físico general.
3. Explicación de la enfermedad al propietario
4. En caso de ser necesario toma de muestras.
5. Explicación al propietario del tratamiento y medidas a seguir.
6. Se hará un seguimiento del tratamiento hasta la recuperación total del paciente.

*** Desparasitación**

1. Revisión del historial médico.
2. Examen físico general.
3. Examen coproparasitoscopico.
4. Administración de antiparasitario.

*** Estética**

1. Llenado de responsiva.
2. Revisión externa de la mascota.
3. Reporte de posibles problemas de piel (ectoparásitos, sarna, pioderma, etc.).
4. Corte de uñas.
5. Limpieza de glándulas anales y baño.
6. Limpieza de conductos auditivos.
7. Secado.
8. Corte de pelo.
9. Llamar a los propietarios para que lo recojan o entrega a domicilio.

*** Cirugías**

1. Se hará una evaluación previa del paciente.
2. Se citará en ayuno.
3. Llenado de responsiva quirúrgica.
4. Evaluación de constantes fisiológicas antes de iniciar la cirugía.
5. Canalizar al paciente.
6. Anestesiarse al paciente.
7. Evaluación del paciente durante la cirugía.
7. Monitoreo constante después de la cirugía.
8. Tratamiento postoperatorio.

*** Vacunación**

1. Hacer una breve anamnesis.
2. Examen físico general.
3. Explicación breve a los propietarios sobre el tipo de vacuna que se va a aplicar.
4. Aplicación de la vacuna.
5. Llenado de carnet y expediente clínico.
6. Indicaciones al propietario acerca de los cuidados para la mascota.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

BIBLIOGRAFÍA

1.1 Anuario estadístico del Estado de México. INEGI, 1997.

1.2 Cuaderno estadístico municipal de Tecámac de F.V. INEGI, 1996.

1.3 Granillo Bojorges, Néstor. Tecámac Monografía Municipal. México, 1997.