

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



PLAN DE NEGOCIO:

CLINICA VETERINARIA VET FRIENDLY

Presenta:

SERGIO IXCHEL AYALA MARISCAL

Para obtener el **GRADO** de :
Maestro en Administracion

Director de Tesis:
Dra. Loreto Bravo Zanoguera.

Mexicali, Baja California, Mayo 2017

Constancia de aprobación

Directora de Tesis:

Dra. Loreto María Bravo Zanoguera

COMITE

Dra. Loreto María Bravo Zanoguera- Presidente

Dra. Sósima Carrillo Secretaria

Dr. Francisco Meza Hernández Vocal

Dedicatoria

A Brownie, a Balin y a la Pirruña.

Agradecimientos

PENDIENTE

Índice

Resumen

Capítulo I. Naturaleza del proyecto

1.1 Antecedentes

1.2 Misión de la empresa

1.3 Objetivos de la empresa

1.4 Ventajas competitivas

1.5 Análisis de la industria o sector

1.6 Productos y/o servicios de la empresa

1.7 Impacto social y ambiental

Capítulo III. Mercado

3.1 Identificación de mercado meta

3.2 Investigación de mercados

3.3 Estudio de mercado

3.3.1 Criterios para la segmentación de clientes

3.4 Distribución y puntos de venta

3.5 Promoción de producto o servicio

3.6 Fijación de políticas de precio

3.7 Plan de introducción al mercado

3.8 Riesgos y oportunidades de mercado

3.9 Sistema y plan de ventas

3.10 Plan de abastecimiento

Capítulo III. Producción

3.1 Especificaciones del producto/ servicio.

3.2 Descripción del proceso de prestación del servicio.

3.3. Diagrama de flujo del proceso

3.4 Características de la tecnología

3.5 Equipo e instalaciones

3.6 Materia prima

3.7 Capacidad instalada

3.8 Manejo de inventarios

3.9 Ubicación de la empresa.

3.10 Diseño y distribución de la planta y oficinas

3.11 Mano de obra requerida

3.12 Programa de producción

Capítulo IV. Mercadotecnia

Capítulo V. Organización y operaciones

5.1 Estructura organizacional

5.2 Funciones específicas por puesto

5.3 Capacitación del personal

5.4 Desarrollo del personal

5.5 Administración de sueldos y salarios

5.6 Evaluación del desempeño

Capítulo VII. Análisis económico

7.1 Sistema contable de la empresa

7.2 Flujo de efectivo

7.3 Estados financieros proyectados

7.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

7.5 Sistema de financiamiento

Conclusión

Bibliografía

Anexos

Resumen

El presente documento propone invertir en la instalación de una empresa dedicada a preservar la salud y bienestar de las mascotas mediante el empleo de equipo médico veterinario especializado, este modelo de negocio tiene una estrategia diferenciada dentro del mercado, de principio se brindaran servicios innovadores y la sucursal será validada por un estudio de localización previo. Clínica Veterinaria *Vet Friendly* busca generar una marca propia que sea asociada a innovación, calidad en el servicio médico veterinario y una empresa interesada en el bienestar de las mascotas domésticas. En un plazo largo este modelo de negocio tiene como finalidad una replicación del mismo, teniendo como objetivo instalarse en diversos puntos de la ciudad y dar inicio a una franquicia. Dentro de la gama de servicios que *Vet Friendly* brindara, se encuentra terapias de rehabilitación integral veterinaria, misma que sería el único punto de la ciudad que pone a disposición de los pacientes (perros y gatos) y de sus propietarios este importante servicio.

Nuestro servicio busca el bienestar de las mascotas domésticas, por ello se cuenta con unas instalaciones estratégicamente ubicadas, con una comodidad percibida por los clientes desde el momento de su arribo a nuestro punto de trabajo. Un horario establecido que cumple más allá de las expectativas de los propietarios de mascotas.

Bajo la aplicación de distintos métodos de investigación: encuestas, investigación de campo, base de datos (Inegi) (Conapo) (Denua) (Imco) (Deedres- ICCV) (CMCA). Se pudo dar cierto nivel de confianza para la implantación de ese negocio en el punto de localización establecido, a razón del estudio de mercado se conocieron e investigaron las preferencias de los clientes potenciales en el área. A través de una detallada planeación financiera se llevaron a cabo las proyecciones correlacionadas a nuestro estudio de mercado, ello corrobora la factibilidad del negocio y a su vez los indicadores financieros definieron la solidez de crear este negocio.

El producto del plan de negocios es favorable puesto que nos da la posibilidad de visualizar la factibilidad, rentabilidad y viabilidad del emprendimiento, una clínica veterinaria como se encuentra instalada, es una inversión sólida y una oportunidad de negocio dentro del mercado.

Gracias a este plan de negocios y las investigaciones que en él se desarrollan, logro darse creación a la Clínica Veterinaria *Vet Friendly*, misma que posee el siguiente diseño de imagen.

1.- DEFINICION DEL NEGOCIO.

Nuestra empresa consiste en la implantación de una clínica veterinaria que busca la salud y bienestar de las mascotas domésticas (perros y gatos), mediante un servicio responsable e innovador, con el equipo médico especializado y un equipo de profesionistas actualizados y éticamente responsables. Esto con el objetivo de colocarnos en la mente de los clientes, como un servicio diferenciado.

Líneas de negocio detectadas

Entre las líneas de negocio detectadas se localiza: la venta b2c (business to customer) misma que está centrada en una operación como intermediario entre el propietario de las mascotas y los proveedores del medicamento controlado, esto a razón de la atención del especialista (venta directa a través de su visita dentro de la clínica veterinaria).

El segundo punto identificado es el servicio a domicilio de consulta, con este servicio como elemento diferenciador, se ha logrado en este tiempo de operación tener una penetración en el mercado mayor a lo proyectado.

Mediante el uso de las Tic's y desarrollo de una aplicación para teléfono inteligente, se lograra simplificar el mecanismo para recordarle al propietario la

atención medica que debe tener su mascota, así como información importante que debe conocer en el día a día.

Tipo de organización propuesta.

La clasificación propuesta para la Clínica Veterinaria *Vet Friendly* recae en una persona física que estará registrada bajo el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), misma que tendrá la obligación de la declaración de impuestos correspondientes al ejercicio..

Bases de crecimiento

El principal punto de expansión que se tiene contemplado es adquirir una unidad móvil, para poder brindar servicios de estética a domicilio y con ello incrementar el volumen de servicios, generando con ello un mayor margen de utilidad. Esta adquisición se tiene proyectada materializar a razón de alcanzar el 50% de la inversión inicial.

Mediante este mecanismo se garantiza la estabilidad financiera del negocio antes de generar una erogación de tal magnitud. Y brinda la certeza de un crecimiento estructurado.

Índices de evaluación financiera

Erogaciones considerables para la instalación de la clínica veterinaria *Vet Friedly*

- Contrato de arrendamiento del inmueble.
- Equipo especializado médico veterinario.

El total de inversión fija asciende a: \$ 150,000 00 m.n.

Financiamiento mediante apoyo federal: \$ 100,000 m.n.

Capítulo 1. Antecedentes

1.1 Naturaleza del proyecto

* La idea surge al visualizar que existe una área de oportunidad en el cuidado de la salud animal, en particular en lo que se refiere al mercado de mascotas domesticas (perros y gatos) ya que este ha presentado un incremento del 22.3% en lo que respecta a la producción de alimento para mascotas y el promedio de servicios brindados en la ciudad de Mexicali ha tenido un aumento de 5.9 a 7.3 Fuente. Inegi 2013 & Mars PetCare México/ Deedres IICV (2015)

* El crecimiento desmedido de la población canina a nivel nacional ya que cifras revelan que esta crece en un 10 % anualmente, indica el médico veterinario Carlos Esquivel, jefe de Vinculación de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (2016).

* Una de las razones primordiales para involucrarnos en este proyecto, es la poca formación profesional en materia administrativa por parte de los propietarios de clínicas veterinarias, ya que son por su misma naturaleza médicos veterinarios, adicional a esto, el punto de localización del proyecto no cuenta de momento con competencia en un rango de 2.4 km, en esta distancia se ubica el establecimiento más cercano.

En el año 2016 la población de animales domésticos supera para la ciudad de Mexicali, un total estimado de 260,949 individuos, MVZ. Pedro Álvarez Centeno Director del Centro Municipal de Control Animal en Mexicali. De los cuales el 6% se encuentran en situación de calle, adicional a esto presentan una tasa de crecimiento de 10% para el periodo 2015-2020. Se proyecta que para el año 2025 la población de animales domésticos ascienda casi al medio millón de

individuos. El 68.9% de ellos asistiría al médico veterinario al menos una vez al año. Los dueños optan en un 27.3% de los casos que acuden al especialista, por la empresa o sucursal que les resulte accesible. Se sacrifican aproximadamente 6,500 pesos al año. CMCA 2% adopción.

Consecuente con lo anterior, se ha podido apreciar en el mercado nacional la reciente irrupción **de cadenas dedicadas a la consulta veterinaria**, así como la venta de accesorios y animales, sugiriendo que el dinamismo de este mercado se encontraría en condiciones de crecimiento. Fuente: Zoetis México

Nombre de la empresa

CLINICA VETERINARIA VET FRIENDLY.

Descripción de la empresa.

“Vet Friendly ” se concibe como un modelo de negocio diferenciado orientado no solo al soporte de diagnóstico clínico integral, va más allá ya que disponemos de tres estrategias básicas comprobadas en lo que refiere a eficacia en el medio: Servicio al cliente, relaciones profesionales con el cliente y educación al cliente.

Aportando elementos de mayor valor al servicio veterinario, el modelo concibe la asistencia técnica y asesoría profesional hacia nuestros clientes, con el propósito de fomentar una cultura del cuidado y bienestar de las mascotas, que hará posible una mejor atención sanitaria de nuestros pacientes.

1.2 Misión de la empresa

Nuestro compromiso con el bien de las mascotas y sus propietarios nos une para ser una entidad líder en la prestación de servicios médicos veterinarios de alta calidad, dirigido a pequeñas especies. A través de profesionales éticos, responsables y comprometidos socialmente, con una respuesta oportuna y una labor en constante armonía con el medio ambiente y la comunidad.

1.3 Objetivos de la empresa

A 1 año: Ser reconocido como la veterinaria con un equipo profesional y un espíritu de servicio.

A 2 años: Ser identificado como la Clínica Veterinaria *Vet Friendly* que brinda servicios innovadores para las mascotas domésticas.

A 3 años: Para un futuro próximo Clínica Veterinaria *Vet Friendly* será líder en prestación de servicios médicos, terapias y emergencia veterinarias, apoyado en su constante desarrollo de mejoras continuas y conocimientos. Queremos estar presentes en la mente de los clientes objetivos que tengan mascotas en la ciudad de Mexicali y Calexico.

1.4 Ventajas competitivas.

- La clave para el progreso de la clínica veterinaria es la vocación por las mascotas, las personas y la medicina, reforzada con una verdadera pasión por alcanzar el éxito del negocio.
- Estandarización de precios (visible al cliente).

Mediante esta vía se presenta una línea de honestidad, puesto que en la práctica suele suceder con bastante frecuencia una falta de política de precios establecida y se opta por un mecanismo de fijación de precios conforme a un tabulador ficticio en relación a las necesidades de las clínicas veterinarias o en su caso a la apariencia del propietario.

- Servicio responsable.

Por ser una empresa que opera directamente con el cuidado de la salud, *Vet Friendly* debe presentar una atención personalizada, con un alto de empatía. A razón de sensibilidad a las personas respecto al cuidado de la salud de las mascotas domesticas (perros y gatos).

- Sistema de pólizas.

Este mecanismo estará diseñado en pro de la atención oportuna y cuidado de las mascotas, bajo el supuesto de aportaciones mínimas mensuales o catorcenales, mismas que en recompensa tendrán servicios de consulta, estética o aplicación de vacunas según sea el caso.

- Monitoreo las 24 horas.

A largo plazo se tiene proyectado añadir dentro de la gama de servicios, el punto de hospitalización y guardería; para ello se instalarán cámaras que fungirán como monitores para que los propietarios de las mascotas puedan ver a su “ser querido” desde la pantalla de su teléfono inteligente o su computadora.

- Aplicación de tics.

La innovación será un diferenciador en *Vet Friendly*, optaremos por una vía disruptiva. Auxiliados por la tecnología, se desarrollara una aplicación simuladora de su cartilla de vacunación, misma que podrá recordar a los propietarios, en que momentos su mascota requiere de sus atenciones médicas o estéticas.

- Zona de espera.

Los competidores directos que se encuentran dentro de la zona demarcada, no cuentan con instalaciones de zona de espera mientras sus mascotas se encuentran siendo atendidas, *Vet Friendly* cuenta con un área especial para ello, además de zona para entretenimiento de niños.

1.5 Análisis de la industria o sector

Ha presentado un incremento del 22.3% en lo que respecta a la producción de alimento para mascotas y el promedio de servicios brindados en la ciudad de Mexicali ha tenido un aumento de 5.9 a 7.3 Fuente. Inegi 2013 & Mars PetCare Mexico/ Deedres IICV (2015).

* El crecimiento desmedido de la población canina a nivel nacional ya que cifras revelan que esta crece en un 10 % anualmente, indica el médico veterinario Carlos Esquivel, jefe de Vinculación de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia (FMVZ) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (2016).

En el año 2016 la población de animales domésticos supera para la ciudad de Mexicali, un total estimado de 260,949 individuos, MVZ. Pedro Álvarez Centeno Director del Centro Municipal de Control Animal en Mexicali. De los cuales el 6% se encuentran en situación de calle, adicional a esto presentan una tasa de crecimiento de 10% para el periodo 2015-2020. Se proyecta que para el año

2025 la población de animales domésticos ascienda casi al medio millón de individuos. El 68.9% de ellos asistiría al médico veterinario al menos una vez al año. Los dueños optan en un 27.3% de los casos que acuden al especialista, por la empresa o sucursal que les resulte accesible. Se sacrifican aproximadamente 6,500 pesos al año. CMCA 2% adopción.

1.6 Productos y/o servicios de la empresa

Inicialmente *Vet Friendly* pondrá a disposición de los propietarios dos servicios (consulta médica y estética) , con ello se focalizara en un servicio altamente meticuloso, puesto que por ser una empresa de nueva creación, se deberán generar diversas adecuaciones sobre la práctica de las operación.

1.7 Impacto social y ambiental

- Impacto social- ambiental.

La actividad que lleva a cabo *Vet Friendly* tiene un impacto positivo no solamente en relación a las mascotas, si logramos ver las ventajas que detonan el preservar la salud de las mascotas con el entorno, lograríamos erradicar algunas problemáticas locales vinculadas a las enfermedades zoonóticas transmisibles a seres humanos, las cuales regularmente afectan mayoritariamente a los ciudadanos mas vulnerables, bebes, adultos mayores y personas en situación de calle. Puesto que la población animal en la localidad presenta un foco rojo en relación a los acaros (garrapatas) y las pulgas están son portadoras de la enfermedad llamada rickettsia la cual es transmisible a los humanos a través de picaduras de insectos huéspedes de las mascotas domesticas.

Capítulo II.

Modelo de Negocio

El mercado

2.1 Identificación del mercado meta

Residentes de la zona aledaña a la ubicación de la Clínica Veterinaria *Vet Friendly*, que posean por lo menos con una mascota dentro de su hogar y que estén dispuesto a pagar por nuestros servicios.

La cultura en el servicio + Decoración de los interiores de instalaciones + La formación académica de los colaboradores da como resultado "Experiencia".

Es un espacio especializado con la temática correspondiente, pensado para que los amantes de las mascotas puedan disfrutar de acompañar a sus mascotas a la clínica veterinaria, tener la tranquilidad de encontrar todo en un mismo sitio, con el trato que le damos a nuestras propias mascotas

2.2 Investigación de mercados

Información extraída de Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (Denue) datan en registro 89 clínicas veterinarias en la ciudad, el 80 % de los mexicanos cuenta con una mascota en su vivienda (Inegi 2015).

Según datos de la encuesta realizada el 82% de la población mexicalense cuenta con una mascota en su hogar, este número resulta más elevado comparado con la información de Mytosky (2014) el cual afirma que el resultado de estudios propios muestra que en México 6 de cada 10 hogares poseen una mascota. Sin embargo la cifra que más se acerca a nuestros resultados es la obtenida por una empresa de alimentos para mascotas, la cual demuestra que en México el 80% de los mexicanos cuentan con una mascota o animal de compañía, formalmente no existe en México una encuesta dedicada

a levantar datos referentes a mascotas.

De acuerdo a investigaciones realizadas por American Veterinary Medical Association (AVMA) condensadas en el libro Estadísticas de investigación de mercado EE.UU. mascotas propiedad y libro de demografía edición 2007, en el año 2006, casi la mitad de los dueños de mascotas, es decir el 49.7% consideran a sus mascotas parte integral y miembros de su entorno familiar, por otra parte hay más de 72 millones de perros en los EE.UU. y cerca de 82 millones de gato doméstico.

En un estudio reportado por la (AVMA), se encontró que el 80% de los encuestados consideran a la mascota como un miembro más de la familia, tres cuartos de los propietarios de perros, lo consideran como si fuese un niño o un miembro más de la familia, al igual que más de la mitad de propietarios de gatos, por lo que se puede concluir que, a nivel cultural, se observa a las mascotas como si fuesen un integrante más del grupo familia.

Una de las razones básicas por las cuales una persona busca la adopción de una mascota es en gran parte por la compañía del mismo, como segunda instancia se encuentra una relación al deporte, prestigio y seguridad.

El cariño es un elemento de alta relevancia en la adopción de una mascota el 70% de las personas así lo reflejan en diversas encuestas.

Aunque la economía ha sido un factor importante para muchas industrias, la industria de las mascotas sigue viendo un crecimiento sin precedentes. La encuesta revela que los dueños de mascotas están dispuestos a gastar dinero en sus mascotas a pesar de la desaceleración de la economía (Bob Vetere presidente de APPA).

Con relación a la finalidad que le dan los propietarios a sus animales de compañía en el caso de Mexicali y Calexico, las personas han optado por tener estos animales para que los acompañen. En una baja proporción se tiene para la explotación, como por ejemplo, el ataque o defensa.

Cada vez más las familias jóvenes eligen no tener hijos o tardar el hecho de tener uno y llenar ese espacio con una mascota, los cuidados y atenciones que le dedican al nuevo integrante de la familia en muchas de las ocasiones es equiparable al que le pondrían a un hijo.

2.3 Estudio de mercado

Personas de 30 a 59 años (51% de población PEA en la entidad), trabajadores, personas jubiladas, parejas, comunidad LGTB, niños que posean una mascota en área de Mexicali y Calexico, en general propietarios que cuenten con el recurso financiero para hacer uso de los servicios de CVVF, que tengan a su vez la predilección por darle bienestar a su mascota, cubriendo sus necesidades de salud y recreación.

Algunas de las características que deberán poseer nuestros clientes serán las siguientes:

- **Poder de compra-** \$300 a \$ 500 m.n. mensuales.
- **Ubicación geográfica-** Estudio de localización.
- **Actitudes de compra-** Usuarios poseedores de al menos una mascota que cuenten con la capacidad económica de destinar de \$300 a \$ 500 pesos mensuales en el cuidado de su mascota.

Hábitos de compra similares

- **Estrategia diferenciada-** Desarrollar un marketing mix distinto para cada uno de los segmentos objetivos detectados, y ofrecer un producto adaptado a las necesidades de cada uno de los segmentos.

- **Mensurabilidad-** En la ciudad de Mexicali existen alrededor 1,012,099 habitantes. Los cuales el 80% se encuentran en condiciones de tener una mascota, mismo que refleja la consulta mitofsky al dar por estimado que 8 de 10 viviendas cuentan con alguna mascota en México.
- **Accesibilidad.-** Se optaría por servicio a domicilio en algunos casos u opción dos traslado de la mascota a la clínica.
- **Sustancialidad.-** Alrededor de X usuarios se encuentran en la zona
- **Diseño del servicio-** Servicios las 24 horas(hospitalización), Servicio a domicilio (estética) -Servicio las 24 horas (Guardería).
- **Precio-Publicidad.-** Se define la tarifa con base en el paquete de elección, sin embargo se tomara como referencia costos de la competencia considerando nuestro margen de utilidad, el pago de impuestos, así como el equipo que se empleara y por cuestiones de localización, siendo frontera se cobrara tanto en pesos mexicanos como en dólar estadounidense con variaciones de acuerdo el tipo de cambio del día.

En lo que refiere a publicidad, se hará uso de las redes sociales, se diseñara un portal web, se desarrollara una aplicación para los teléfonos celulares, y se llevaran a cabo campañas de concientización

El área de mercado para éste proyecto está pensada en las colonias con ingresos medios y altos, haciendo uso de las herramientas disponibles en el sitio del INEGI, el Inventario Nacional de Viviendas particularmente, se procede a delimitar el área objetivo del proyecto. Dadas las características del servicio que se pretende prestar la encuesta deberá aplicarse a los hogares, por lo que al determinar la población objetivo, la información permite tener una imagen

real del mercado al que debemos atacar, 290 Manzanas, 36 Conjuntos Habitacionales y un total de 6855 Viviendas.

- o Universo, 6855.

- o Muestra, 95.

2.3.1 Criterios para la segmentación de clientes

Sectores de la sociedad amantes de las mascotas

La Familia:

La mayoría de las familias tienen mascotas por la compañía y el afecto que los perros y gatos proporcionan. En el ajetreado mundo de hoy puede ser un alivio volver a casa y ver a tu mascota que te ama incondicionalmente.

Sectores de la sociedad amantes de las mascotas.

Niños:

El cuidado de una mascota de la familia es a menudo una de las primeras introducciones que un niño aprende, puesto que debe alimentar a otro ser viviente, y aprender a pensar en las necesidades de la mascota y los sentimientos es una buena manera para que los niños aprendan acerca de ponerse en los zapatos de otra persona. Ser responsable de la alimentación y caminar con un perro también puede dar a un niño un sentimiento de importancia y el valor de la familia, así como enseñarle acerca de ser responsable de atender a las necesidades de otra criatura.

Parejas:

Existen parejas que ya optan por tener a modo de reemplazo de los hijos que nunca tendrán, una tendencia de vida que cada vez se hace más recurrente por los ciudadanos de la localidad.

Personas con Capacidades Distintas.

Particularmente los perros, pueden convertirse en los ojos, oídos y las piernas de muchas personas que padecen ciertos impedimentos físicos.

Adulto Mayor:

Las mascotas ayudan a disminuir el sentimiento de soledad: su presencia constante hace que las personas se sientan más confiadas, seguras y protegidas

Su compañía también estimula el contacto físico y la comunicación; casi todos los dueños le hablan a su mascota y la conversación resulta más relajante debido a una sencilla razón: los animales no juzgan a las personas.

Comunidad LGTB:

Ya son muchas de estas parejas que al no poder adoptar hijos, optan por canalizar a sus mascotas el amor y el cuidado que requieren.

2.4 Distribución y puntos de venta

- Estudio de localización
 - Factores determinantes
 - Zona comercial
 - Accesibilidad.
 - Estacionamiento.
 - Servicios (agua, luz, gas, teléfono).

- Competencia nula. 2.8 km la más cercana.
- Local con dimensiones necesarias.
- Vía con alto flujo de usuarios.
- Zona segura.
- Renta del local.
- Poca inversión en remodelación.

2.5 Promoción del producto o servicio

Clínica Veterinaria *Vet Friendly* hará uso de las redes sociales, bajo la razón de lograr segmentar nuestros clientes objetivos, las redes seleccionadas serán los canales de difusión siguientes: Crear un Canal de Youtube, Facebook, Instagram y twiter.

2.6 Fijación y políticas de precio

A razón de operar con insumos que son variantes en su costo de adquisición por ser productos importados, *Vet Friendly* optara por revertir esta corriente y realizar sus compras dentro de territorio nacional, con ello se solidifica la economía interna del país. La fijación de precios estará ligada directamente a cumplir con los gastos fijos, y a su vez una demarcación del mercado local.

2.7 Plan de introducción al mercado.

El medio para lograr dar a conocer a los clientes potenciales el portafolio de servicios con el que cuenta *Vet Friendly* será a través de storytelling; esta “novedosa” estrategia de la mercadotecnia nos brinda la posibilidad de generar emociones entre nuestros público objetivo, están deben ser capaces de transmitirnos conectar emocionalmente con el público.

Los pasos siguientes son los que emplearemos para crear un relato efectivo:

- Conocer a nuestro público. - * Determinar que medios utilizaremos. –
* Seguir las fases relato.- * Captar la atención del usuario.- * La marca debe tener un papel dentro de la historia * Innovación en el relato.

2.8 Riesgos y oportunidades del mercado

Los siete riesgos principales a los cuales las empresas de nueva creación se enfrentan podrían enumerarse en el siguiente listado según el análisis de los riesgos futuros y oportunidades de la consultora Ernst & Young:

- Regulación y cumplimiento.
- La reducción de gastos.
- La gestión del talento.
- Las presiones sobre los precios.
- Las tecnologías emergentes.
- Los riesgos del mercado.
- La creciente exigencia de responsabilidad social.

Mientras que las siete oportunidades principales futuras serían las siguientes:

- Invertir en procesos, herramientas, y formación para mejorar la productividad.
- Innovar en productos, en servicios y en operaciones.
- El crecimiento de los mercados emergentes.
- Invertir en tecnología verde.
- Nuevos canales de mercadotecnia.
- Fusiones y adquisiciones.
- Proyecto público-privado.

Con ello podremos determinar estrategias solidad y de alta penetración para continuar en un constante crecimiento dentro de Vet Friendly.

2.9 Sistema y plan de ventas

Planteamiento de ventas

El administrador de ventas será el encargado de fijar los objetivos de las mismas y determinar las actividades publicitarias que sean las idóneas para cumplir con las metas fijadas.

El estudio de mercado nos proporciona la siguiente información: * Que productos deben ofertarse- * Quien debe promocionarlos - * A que clase de clientes debe de hacerse la prospección- * Cual es el periodo idóneo para organizar campañas de publicidad.

2.10 Plan de abastecimiento

El “PIA” armonizado con el resto de la organización, es clave para la implementación de optimas estrategias de abastecimiento de materiales y servicios de terceros, y en resultado, un mejor servicio, mayor satisfacción para los clientes, un enlace entre la eficiencia y la eficacia del área. La postura que se instalara dentro de *Vet Friendly* será una estrategia de “empuje” es decir, un encuadre que genere en tiempo las adecuaciones y no solo tener una actitud reactiva a lo que se presente en la cotidianidad.

Cantidad	Modalidad/ Imp/Nac	Fechas	Frecuencia	Duración
Múltiple	Compra Nacional	05/May/17- 07/Ago/17- 06/Nov/17-	Trimensual	90 días
		05/May/17-		

Champú	Compra Importado	07/Ago/17- 06/Nov/17-	Trimensual	90 días
Algodones	Compra Nacional	05/May/17- 06/Nov/17-	Semestral	180 días
Jeringas	Compra Nacional	05/May/17- 06/May/17	Semestral	180 días
Guantes	Compra Nacional	05/May/17- 06/May/17.	Semestral	180 días

Elaboracion propia

Capítulo 3. Producción

3.1 Especificaciones del producto/ servicio.

- Esquema de servicio.

¿Me ayudas a prevenir y me curas?

Servicios médicos en convenio con veterinarias y especialistas en distintas modalidades de servicio como: Laboratorio, Medicina interna, Oncología, Dermatología, Oftalmología, Nutrición, Vacunación y Desparasitación, para la promoción y prevención de las enfermedades zoonóticas y en general.

¿Me consientes?

Tratamientos de belleza, spa, relajación, guarderías y convenios con tiendas veterinarias para el suministro de alimentos, juguetes y accesorios.

¿Me despido?

Levantamiento de cadáver, servicio funeral (cremación) y adopción de una nueva mascota.

3.2 Descripción del proceso de prestación del servicio.

PROTOCOLO DE RECEPCIÓN Y ATENCIÓN CLÍNICA DE PACIENTES

Para llevarla a cabo con un mínimo de garantías legales, antes de proceder a ningún tipo de contacto o manejo con el paciente, es necesario:

1. PROCEDER A LA IDENTIFICACIÓN COMPLETA Y OBTENER EL COMPROMISO DEL CLIENTE

La persona que trae al paciente deberá identificarse personalmente, a todos los efectos administrativos y legales:

- Nombre y apellidos.
- Credencial (Ine, Licencia, Pasaporte vigente) .
- Dirección postal completa.
- Teléfono de contacto.
- Correo electrónico si dispone del mismo, etc.

La persona que trae al paciente, si no es el dueño, deberá identificar al mismo, a todos los efectos administrativos y legales, adjuntando los datos del punto anterior, y aportar una autorización firmada del propietario en relación con la atención clínica del animal, o en su defecto, y solamente si se tratara de una urgencia, comprometerse por escrito a aportar dicha autorización en el mínimo plazo de tiempo posible.

En el caso de tratarse de animales domésticos perdidos o abandonados, la persona que trae al paciente deberá comprometerse por escrito a hacerse cargo legalmente del paciente, si la legislación vigente lo permite, o a renunciar al mismo a favor de los servicios municipales, provinciales o autonómicos correspondientes: perrera municipal, sociedad protectora de animales, servicios de medio ambiente, Seprona, etc.

2. PROCEDER A LA IDENTIFICACIÓN COMPLETA DEL PACIENTE

La persona que trae al paciente deberá identificar al mismo a todos los efectos administrativos y legales: Nombre Especie Raza Sexo Edad / fecha de nacimiento Procedencia Lugar de residencia

Identificación oficial:

- N° crotal.
- Tatuaje.
- Hierro.
- Identificación electrónica.
- Marcas, etc.

La persona que trae al paciente deberá aportar toda la documentación que exige la legislación vigente en relación con la propiedad, explotación, identificación y transporte de animales:

- Tarjeta o cartilla sanitaria en el caso de carnívoros de compañía.
- Documento de identificación equina.
- Documentación identificativa correspondiente en el caso de animales de renta (bovinos, ovinos, caprinos, porcinos, conejos, aves, etc.).
- Certificado CITES en el caso de animales silvestres o exóticos. Código de explotación agraria (animales de renta, equinos, explotaciones de carnívoros, explotaciones de exóticos y silvestres, etc.).
- Identificación de núcleo zoológico (animales silvestres y exóticos, clínicas, hospitales, parques zoológicos, etc.).
- Guía de sanidad para transporte de animales (animales de renta, equinos, explotaciones de exóticos y silvestres, etc.).

En el caso de que no se aportase toda la identificación y documentación citada, aunque, en principio no debería poder atenderse al paciente, se procurará actuar con la máxima flexibilidad posible dentro de la legalidad y, solamente si se trata de una urgencia, se procederá a intentar detectar las posibles identificaciones que porte el paciente (crotales, chapas identificativas, tatuajes, identificaciones electrónicas, etc.) y a la atención clínica del mismo cuando la persona que trae al paciente se comprometa por escrito a aportar dichas documentación e identificación

en el mínimo plazo de tiempo posible que marque la ley. En caso de tratarse de animales domésticos perdidos o abandonados, o en el de cimarrones o silvestres, se informará a la persona que trae al paciente que, de no haberse comprometido por escrito a hacerse cargo del paciente (solo en el caso de que la legislación vigente lo permita) y a proceder a su identificación en los términos que marca la ley, deberá renunciar al mismo en favor de los servicios correspondientes de la administración pública, y que se procederá a informar a dichos servicios de la presencia del animal en la Clínica Veterinaria para su entrega a los mismos, lo más inmediatamente posible: Seprona , policía municipal, servicios de medio ambiente, etc.

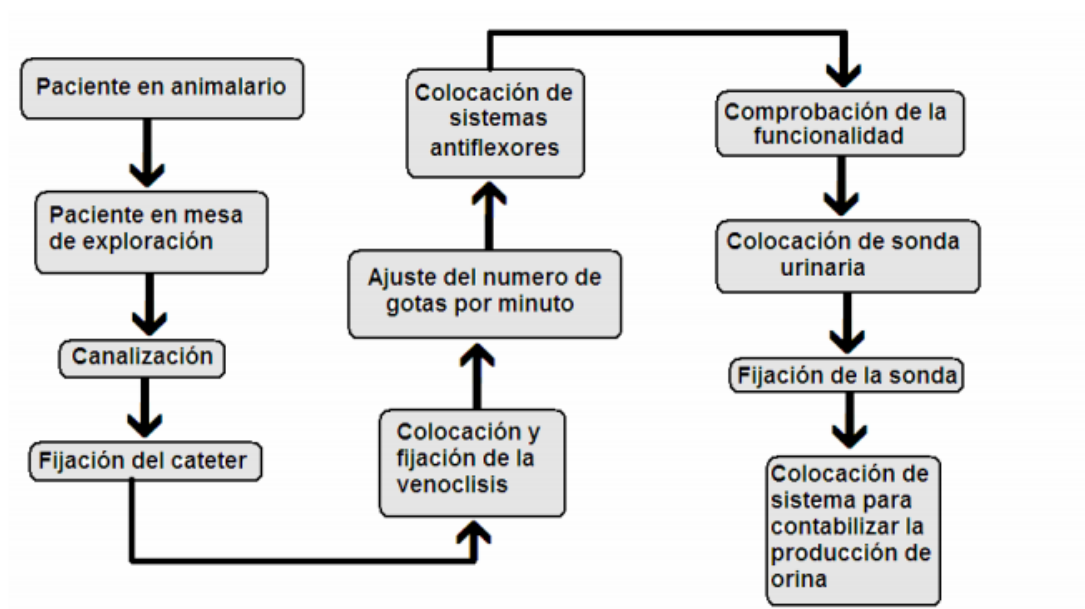
Para llevarla a cabo con un mínimo de garantías legales, antes de proceder a ningún tipo de actividad con el paciente es necesario:

- Para recibir, entrar en contacto físico o atender a cualquier paciente, es obligatoria la cumplimentación previa completa y la firma del impreso de consentimiento informado y presupuesto inicial, por parte de la persona responsable del paciente.
- Para llevar a cabo cualquier procedimiento que requiera de la anestesiología (tranquilización, sedación, relajación muscular, anestesia local o general, etc.), es absolutamente obligatoria la cumplimentación previa completa y la firma del impreso de consentimiento de anestesia, por parte de la persona responsable del paciente.
- Para realizar cualquier intervención clínica más allá de la consulta y la exploración clínica básica, es absolutamente obligatoria la cumplimentación previa completa y la firma del impreso de consentimiento de intervención propuesta al cliente, por parte de la persona responsable del paciente. Para practicar la eutanasia a cualquier paciente, es absolutamente obligatoria la cumplimentación

previa completa y la firma del impreso de consentimiento de eutanasia, por parte de la persona responsable del paciente.

- La persona que trae al paciente deberá comprometerse a pagar, y abonar personal y completamente, la atención, todas las actuaciones clínicas que se le practiquen al animal y los gastos que ocasionen las mismas, de acuerdo con los procedimientos y precios públicos establecidos por la Universidad de León.
- En el caso excepcional de no poder pagar en el momento del alta del paciente o en los plazos estipulados por la CVVF, la persona que trajo al paciente deberá comprometerse por escrito a abonarlos, firmando el correspondiente impreso de reconocimiento de deuda.

3.3. Diagrama de flujo del proceso



3.4 Características de la tecnología

- Especialización.

Clínica Veterinaria *Vet Friendly* se encuentra en constante actualización, por ello se tiene proyectado el desarrollo de un software (aplicación para teléfonos celulares inteligentes) con el cual los propietarios tendrán una gama de mini-servicios que son de gran ayuda para el cuidado de la mascota como pueden ser: información del MVZ., capsulas de información, vacunas próximas, próximo servicio de estética y un punto será que cumplirá como recordatorio para los clientes, con ello se busca erradicar la problemática actual en la cual por omisión u olvido no se da la atención oportuna a las mascotas domésticas.

3.5 Equipo e instalaciones



Elaboración propia: Software Floorpanner.

Dentro de Clínica Veterinaria *Vet Friendly* contamos con las instalaciones adecuadas para brindar servicio de consulta y estética a las mascotas domésticas. En un futuro próximo se tiene contemplado expandirnos y lograr poner a disposición de los usuarios servicios de hospitalización, guardería, fisioterapia, rayos x, quirófano y spa.

3.6 Materia prima

Materia Prima	Descripción
Agua	Líquido para dar baño a las mascotas
Champú	Líquido para asear a las mascotas.
Secadora	Equipo responsable para dar secado al pelaje de las mascotas
Jeringas	Insumo básico para suministrar medicamento a los pacientes.
Guantes esterilizados	Insumo para cuidar posibles infecciones.
Algodones	Elemento para dar aseo a las fosas nasales y auditivas de las mascotas.
Medicamento	Insumo primordial para el servicio de consulta.

3.7 Capacidad instalada

	Estética	Consulta
Capacidad de servicios por día	15	30
Precio de Venta	\$250 a \$ 700	\$150
\$ Costo= M.O.+ M.P.+ C.I. + C.V.	M.O.= 60% VF & 40% Colaborador. M.P.= \$17 m.n. C.I.= \$18 m.n. C.V.= \$ 13 m.n.	M.O.= 80% VF & 20 % Especialista. M.P.= \$ 10.5 m.n. C.I. = \$ 15 m.n. C.V.= Variable
\$ Utilidad	=\$ 100 m.n. Vet F.- Nomina	= \$ 120 m.n. Vet F.- Nomina

3.8 Manejo de inventarios

Para este punto *Vet Friendly* tendrá como centro un plan logístico bien estructurado. A través de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que posibiliten realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad y calidad.

3.9 Ubicación de la empresa.

Macrolocalizacion



Microlocalizacion

PENDIENTE

3.10 Diseño y distribución de la planta y oficinas

PENDIENTE

3.11 Mano de obra requerida

Gastos de Remodelación

Conceptos

Instalación de aire acondicionado mini-split 1 Tonelada.

Pintura blanca.

Instalaciones eléctricas.

Instalación de ventiladores de techo.

Instalación de lámparas.

Mobiliario.

Limpieza de paredes con máquina de presión.

Mantenimiento Aire acondicionado tipo paquete.

3.12 Programa de producción

El pronóstico de demanda será basado en las siguientes tres tareas:

- Preparar el pronóstico de ventas para cada servicio y productos durante el periodo de planeación indicado.
- Combinar demandas individuales de los servicios y los productos.
- Transformar la demanda para cada periodo de tiempo en personal, procesos y otros elementos de capacidad.

Capítulo 4. Organización

4.1 Estructura organizacional



4.2 Funciones específicas por puesto

Administrador General

- Encargado del registro contable, así como de vigilar los intereses de los socios.
- Es la cabeza de la empresa y está encargado de la gerencia, entre sus principales funciones tenemos:

** Pago a proveedores- ** Establecer estrategias de mercadeo y publicidad- ** Analizar los estados financieros- ** Coordinar y controlar el

registro contable- ** Realizar informes de control administrativo- **
Elaborar presupuesto- ** Manejo de personal.

Responsable Médico Veterinario

- Esta persona estará a cargo de la supervisión de la estilista, debe tener experiencia en el manejo y control de animales, conocimientos profundos de medicina veterinaria y lo indispensable cinco años de experiencia en el cuidado de los mismos, sus funciones son:

** Atención medica de las mascotas- ** Aplicación de medicamento- **
Uso de equipo de rx, quirófano y responsable de cirugías. ** Preparación de la plancha- ** Valoración del estado de salud de las mascotas- **
Actividades que sean requeridas por la administración.

Médico Veterinario Auxiliar

- Este colaborador deberá ser un estudiante del último año de medicina veterinaria zootecnista, el cual estará siendo asistido por el Responsable Medico (Titulado) un tiempo mínimo de 3 meses dentro de *Vet Friendly*, mismo que será responsable en medida del aprendizaje del auxiliar.

** Corte con estilo, baño y cepillado de mascotas (Peluquería canina y felina)- ** Limpieza general de la mascota- ** Asesoramiento veterinario básico- ** Asesoramiento en cuidado de las mascotas- ** Manejo del estrés de las mascotas- ** Diagnósticos posibles de enfermedades.

Recepcionista/ Atención al cliente

- La persona apta para este puesto deberá haber terminado como mínimo sus estudios de bachiller con un énfasis en computación. Entre sus funciones se encuentran:

** Atención al cliente/ Recepción de datos de clientes y sus mascotas- **
Brindar información de los servicios que se ofertan en *Vet Friendly*. **
Control de servicios y ventas de productos (Formato Excel).

Auxiliar general

- Esta persona puede no contar con experiencia, dentro de *Vet Friendly* se mantiene una filosofía de apoyo multidisciplinario, por ello la persona que se ocupe de este cargo puede ser capacitada por algún otro u otros integrante(s) de *Vet Friendly*.

** Limpieza de las áreas y materiales de trabajo- ** Recreación de mascotas en áreas verdes (juegos, ejercicio físico)- ** Traslado de mascotas- ** Actividades que sean requeridas por la administración.

4.3 Capacitación del personal

La capacitación del personal será por parte de instituciones educativas externas, puesto que dentro de esta área (sector salud) la innovación y mejores prácticas van en constante cambio, por ello el personal de *Vet Friendly* tendrá enlace con las instituciones educativas de la localidad para tener una actualización permanente.

Independiente de las etapas de crecimiento definidas para el presente emprendimiento, la provisión de recursos humanos se realizará de la misma forma, la cual consiste en contactar a estudiantes de último año o en proceso de titulación de la carrera de medicina veterinaria, además de anunciar en revistas y páginas web de las asociaciones gremiales pertinentes. Con estos dos medios de reclutamiento se pretende principalmente reclutar personal para el cargo de médico veterinario, dejando el cargo de jefatura casi exclusivamente para promoción interna.

4.4 Desarrollo del personal

El desarrollo personal dentro de una empresa, es un tema que, con frecuencia, no se le da la debida importancia, quizá porque se desconocen sus utilidades practicas. En Vet Friendly se tiene claro que el personal son seres extraordinarios los cuales poseen características como: proactividad, lealtad, capacidad de manejar conflictos, habilidad para tomar dediciones, etc. Solo es razón de despertar y desarrollar estas habilidades y actitudes que ya poseen.

4.5 Administración de sueldos y salarios

PENDIENTE

4.6 Evaluación del desempeño

- Se diseñara un modelo de evaluación de desempeño con base en el perfil señalado y las labores asignadas. En el supuesto que el resultado sea por debajo de la media, existirá una retroalimentación hacia el colaborador, en el caso de reincidir en consecutivas ocasiones en el mismo punto, será motivo de recesión de contrato laboral.

Capítulo 5. Análisis económico

• 5.1 Sistema contable de la empresa

Se optó por el software CONTPAQi 2017 bajo el supuesto que se tiene cierta familiaridad con el programa y se tiene una opinión positiva del mismo.

• 5.2 Flujo de efectivo

Flujo de efectivo operativo

Flujo operativo acumulado	Año					
	1	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$0	\$115,846	\$48,883	\$266,558	\$335,871	\$485,385
Depreciación y amortización	\$0	\$126,711	\$126,711	\$126,711	\$124,151	\$72,871
Gastos financieros	\$0	\$68,465	\$179,007	\$143,646	\$116,176	\$0
Cambios en el capital de trabajo	\$0	-\$177,305	\$183,668	\$33,091	\$102,388	-\$147,155
Flujo de operación	\$0	\$233,716	\$544,268	\$636,006	\$679,186	\$411,102
Recuperación del capital de trabajo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Valor de salvamento	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$307,100
Flujo neto de efectivo	\$0	\$233,716	\$544,268	\$636,006	\$679,186	\$1,318,202
Flujo operativo acumulado	\$0	\$233,716	\$777,984	\$1,413,990	\$2,093,176	\$3,411,378
Flujo de efectivo sin proyecto	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujo de efectivo operativo incremental	\$0	\$233,716	\$544,268	\$636,006	\$679,186	\$1,318,202

Flujo de efectivo financiero

Flujo operativo acumulado	Año					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$0	\$115,846	\$48,883	\$266,558	\$335,871	\$485,385
Depreciación y amortización	\$0	\$126,711	\$126,711	\$126,711	\$124,151	\$72,871
Cambios en el capital de trabajo	\$0	-\$177,305	\$183,668	\$33,091	\$102,388	-\$147,155
Adquisición de equipo	\$437,655	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
inversión diferida	\$44,829	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pago de préstamos	\$0	\$60,141	\$41,435	\$101,576	\$0	\$0
Flujo financiero	\$542,484	\$225,392	\$406,696	\$587,936	\$563,010	\$411,102
Entrada de créditos	\$738,858		\$0	\$0	\$0	\$0
Apoyo gubernamental	\$228,245					
Aportación socios	\$135,027		\$0	\$0	\$0	\$0
Aportación socios pago de crédito	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Recuperación del capital de trabajo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Valor de salvamento	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$307,100
Flujo neto de efectivo	\$1,704,613	\$225,392	\$406,696	\$587,936	\$563,010	\$1,318,202
Flujo financiero acumulado	\$1,704,613	\$1,930,005	\$2,336,702	\$2,924,637	\$3,487,648	\$4,805,850
Flujo de efectivo sin proyecto	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujo de efectivo financiero incremental	*****	\$225,392	\$406,696	\$587,936	\$563,010	\$1,318,202
		\$1,208,108	\$1,227,056	\$1,208,355	\$1,087,786	\$1,562,592

- 5.3 Estados financieros proyectados

PDN: Clinica Veterinaria Vet Friendly
ESTADO DE RESULTADOS

	Años				
	1	2	3	4	5
Ventas	\$1,104,629	\$1,148,814	\$1,492,890	\$1,582,464	\$1,677,412
Costos de ventas	\$535,724	\$543,305	\$553,949	\$566,414	\$579,627
Depreciación	\$83,104	\$120,771	\$120,771	\$120,771	\$70,771
Utilidad bruta	\$485,801	\$484,738	\$818,171	\$895,279	\$1,027,014
Gastos de operación					
Gastos de administración	\$177,600	\$177,600	\$177,600	\$177,600	\$177,600
Gastos de ventas	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000
Depreciación	\$6,660	\$6,660	\$6,660	\$1,718	\$438
	\$224,260	\$224,260	\$224,260	\$219,318	\$218,038
Utilidad de operación	\$261,541	\$260,478	\$593,910	\$675,961	\$808,976
Gastos y productos financieros	\$68,465	\$179,007	\$149,646	\$116,176	\$0
Utilidad financiera	\$193,076	\$81,472	\$444,264	\$559,785	\$808,976
Utilidad antes de impuesto	\$193,076	\$81,472	\$444,264	\$559,785	\$808,976
I.S.R. y P.T.U.	\$77,230	\$32,589	\$177,706	\$223,914	\$323,590
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$115,846	\$48,883	\$266,558	\$335,871	\$485,385
ISR	30%				
PTU	10%				
	40%				

- 5.4 Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

PENDIENTE

- 5.5 Sistema de financiamiento

PDN: Clínica Veterinaria Vet Friendly					
FLUJO DE EFECTIVO					
	1	2	3	4	5
Utilidad del Ejercicio	\$115,846	\$48,883	\$266,558	\$335,871	\$485,385
Depreciación Acumulada	\$126,711	\$126,711	\$126,711	\$124,151	\$72,871
	\$242,556	\$175,593	\$393,269	\$460,022	\$558,257
Actividades de operación					
Cuentas por cobrar					
Almacén					
Proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Crédito bancario cta corriente	-\$450,499	\$0	\$0	\$0	\$0
Crédito bancario Refaccionario	\$295,964	-\$86,246	\$29,360	\$33,471	-\$272,548
ISR y PTU	\$77,230	\$275,914	\$63,730	\$69,517	\$125,394
	-\$77,305	\$189,668	\$93,091	\$102,988	-\$147,155
Recursos generados por la operación	\$165,251	\$365,261	\$486,360	\$563,010	\$411,102
Actividades de financiamiento					
Crédito bancario Refaccionario	-\$295,964	-\$209,717	-\$239,077	\$448,794	\$0
Capital social	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Utilidades retenidas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	-\$295,964	-\$209,717	-\$239,077	\$448,794	\$0
Actividades de inversión					
Terrenos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Inmuebles	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Maquinaria y equipo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipo de oficina	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipo de computo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Gastos preoperativos	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Origen/aplicación de recursos por inver:	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Aumento/disminución de efectivo	-\$130,712	\$155,544	\$247,282	\$1,011,805	\$411,102
Efectivo al principio del periodo	\$852,610	\$721,898	\$877,442	\$1,124,724	\$2,136,529
	\$721,898	\$877,442	\$1,124,724	\$2,136,529	\$2,547,631

Capítulo 6. Análisis Técnico

Capítulo 7. Aspectos legales de implementación y operación

7.1 Definición del régimen de constitución de la empresa

El Régimen de Incorporación Fiscal será el adecuado adaptar para Clínica Veterinaria *Vet Friendly* en relación a ser una empresa de nueva creación, este régimen favorece en gran medida a la pervivencia de la empresa.

7.2 Trámites de apertura.

- Permiso de SAGARPA.
- Cedula profesional expedida por la SEP.
- Contrato de arrendamiento del local.
- Contrato de luz con Comisión Federal de Electricidad.
- Contrato con Teléfonos de México..
- Registro ante Conevet.
- Acreditación por parte Protección Civil.
- Extintores Departamento de Bomberos.

7.3Trámites fiscales

- Alta ante el sistema de Administración Tributaria.
- Alta ante la Secretaria de Hacienda y Crédito público.

7.4 Trámites laborales

- Contrato obrero- patronal.

Anexos

1. Listado de clientes potenciales

Personas de 30 a 59 años (51% de población PEA en la entidad]), trabajadores, personas jubiladas, parejas, comunidad LGTB, niños que posean una mascota en el Area de Mexicali y Calexico, en general propietarios que cuenten con recursos para poder hacer uso de los servicios de CVVF y que tengan un deseo por conocer nuevas alternativas de como prever los gastos en lo que refiere al cuidado de su mascota, y con ello satisfacer sus necesidades de salud, bienestar y recreación de las mascotas domesticas (perros y gatos).

2. Formatos de trámites legales

REQUISITOS

El interesado deberá presentar para solicitar su trámite, los siguientes documentos:

Escrito Libre dirigido al Delegado de la SAGARPA en el Distrito Federal, con la siguiente información:

- a) Lugar y fecha de emisión del escrito correspondiente
- b) Nombre, denominación o razón social y domicilio de la empresa (de acuerdo al giro del establecimiento)
- c) Nombre(s) de (los) representante(s) legal (es) o propietario (s)
- d) Número de fax, teléfono y correo electrónico
- e) Clave del Registro Federal de Contribuyentes de la empresa
- f) Domicilio y nombre de la persona o personas autorizadas para recibir notificaciones
- g) Nombre y firma autógrafa del solicitante (original)

Anexar a la solicitud copia simple de los siguientes documentos:

- Copia de identificación oficial (en caso de personas físicas)
- Copia simple del aviso de apertura ante la SHCP
- Constancia del Médico Veterinario Responsable Autorizado (MVRA) del establecimiento*
- Copia certificada del Acta Constitutiva, (para el caso de personas morales)
- Croquis de la ubicación de la empresa
- Plano de distribución de la empresa

Deberán dar Aviso de Inicio de Funcionamiento los siguientes establecimientos:

- Distribuidoras
- Comercializadoras
- Hospitales veterinarios y clínicas
- Farmacias

*Quedan exentos de esta obligación aquellos establecimientos cuya única actividad sea almacenar y comercializar productos alimenticios terminados para consumo animal y productos químicos que se utilizan en mascotas con fines de estética e higiene, siempre y cuando los productos alimenticios se expendan en su envase original cerrado.

Tiempo de respuesta

El oficio de respuesta se emite en un lapso de 5 días hábiles.

Nota importante:

Se deberá notificar cualquier corrección o modificación de la información manifestada en el respectivo Aviso, así como en la actividad, el giro y/o el término o reanudación de la actividad regulada, en un plazo máximo de 30 días hábiles contados a partir del día hábil siguiente del cambio a notificar.

3. Información relevante complementaria

PENDIENTE

4. Directorios de fuentes de información

PENDIENTE

5. Entrevistas

PENDIENTE

Referencias (PENDIENTE)

Fuente: IICV –UABC MEXICALI

: Fuente: www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/.../natalidad/default.aspx

Administración de los recursos humanos John Ivancevich (2005)Montana,Utah.(A)

Administración Estratégica (Competitividad y globalización) Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson.(2009) Boise ,Idaho.(A)

Competitive Strategy : Techinques for Analyzing Industries and Competitions. Austin, TX, Estados Unidos: Simon & Schuster, Michael Porter (1995).(C)

Explota tu innovación James P. Andrew & Harold L. Sirkin. (2008)Albuquerque, New Mexico.(E)

La Creatividad de Andy. Birmingham, AL, Estados Unidos: Textstream. Cohen (1994).(L)

Las formas asociacionistas para la micro, pequeña y mediana industria en México, DF, México: Una evolución de la empresa integradora. Análisis Económico, Arriaga, R., Conde, R. y Estrada, J. (1996).(L)

Negocios de emprendedores. México, DF, México: Mc Graw Hill Interamericana. Alcaraz, R. (1995).(N)

Políticas para la competitividad. México: Pyme Hoy. Reta M. (2008).(P)

Ventajas Competitivas Empresariales Amado Olivares, Ángel Coronado Quintada.