



# Modelo de Negocios





**UNIVERSIDAD DEL SURESTE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**

*Victor Antonio Gonzales salas*

*Desarrollo empresarial*

*mapa mental*

*Jenifer Alejandra López Vicente*

*Sexto cuatrimestre*

*Tapachula Chiapas a 14 de junio del 2021*

En la presente investigación se realizó un plan de negocios en donde se desarrolla la implementación de la clínica veterinaria para la comercialización de todo tipo de productos y accesorios.

Surge de la necesidad de crear un diferencial para el negocio, con el fin a la vez de incrementar las ventas del mismo y posicionar el nombre en el mercado. Cabe destacar la importancia que tiene para el desarrollo del proyecto, el análisis de todos los indicadores e investigaciones realizada oportunidad para el aprovechamiento de ventajas y desventajas con respecto a la competencia, y por ende generar valor y distinción en el mercado local.

Este trabajo tiene varios propósitos, entre los cuales se encuentra el de aplicar los conocimientos adquiridos durante el periodo de enseñanza pero sin perder el objetivo profesional y empresarial que es generar una nueva unidad de negocio, posicionando la marca existente y dándole un mejor reconocimiento

## JUSTIFICACION

El mercado actual de las clinicas veterinarias en la ciudad ha tenido un auge en los últimos años. Sin embargo estos negocios en su gran mayoría han centrado su atención en la prestación del servicio solo en los casos que lo requieren, lo que nos abre una brecha para apuntarle a la comercialización de los productos y llegar directamente al consumidor.

Finalmente se puede mencionar que al llevar los productos al cliente se reducirá el costo de inventario concentrado en la Clínica y se suplicará el no tan alto nivel de ventas y por el contrario, se le apuesta a la maximización de las mismas con la creación de nuevas necesidades para el cuidado y mejoramiento de la calidad de vida de las mascotas.

## OBJETIVOS

Objetivo general: Realizar el plan de negocios para la creación de la clínica veterinaria

Objetivos específicos:

- Desarrollar un plan de marketing, que contribuya con el desarrollo y crecimiento de las tiendas.
- Identificar los recursos humanos y materiales a partir del tipo y tamaño de la empresa.
- Describir la estructura organizacional y componentes legales de la empresa.

- Establecerla rentabilidad y el retorno de la inversión que permita optimizar el funcionamiento del negocio

## NOMBRE

CLINICA VETERINARIA -LOS CERNAS –

## DESCRIPCION

Un centro clínico veterinario que presta los servicios de salud principalmente para perros y gatos pero también atiende todo tipo de animales tanto domésticos como exóticos el objetivo del centro clínico es prestar servicios para el bienestar de los animales, la ubicación es una de las mejores ya que estaríamos ubicados en la avenida principal un lugar céntrico y amplio espacio para esperar.

## ANÁLISIS DE FODA

### FORTALEZAS

Demanda permanente del servicio.

Mejorar cada día nuestra calidad de servicio.

Ubicación geográfica, está ubicada en la vía principal.

Ofrecer siempre un ambiente de trabajo agradable a nuestro personal.

Uso de tecnologíaastalezas

### OPORTUNIDADES:

Diversidad del mercado.

Brindar servicio de entrega a nivel nacional

Exportación.

Clientes extranjeros (Tapachula, cacahoatan, Tuxtla chico)

Crecer la empresa con un ambiente más amplio

### DEBILIDADES

Falta de planeación estratégica.

El local es pequeño

Mala atención al cliente

No disponer de instalaciones adecuadas

## AMENAZAS

Crecimiento de la competencia.

Mejores productos que la tienda no tenga.

Intenso nivel de competencia entre las clínicas cercanas que redunde en una guerra de precios, aparición de nuevos competidores que ofrezcan servicios.

## MISIÓN

Brindar bienestar y atención personalizada a cada can a través de asistencia de calidad técnica y calidez humana.

## VISIÓN

Ser líder en el mercado canino, incidiendo con acciones en la problemática de la búsqueda de espacios en servicios de estancia así como de servicios médicos veterinarios y complementarios, con la premisa de brindar a los clientes un servicio con diferenciación y respaldo profesional a través de la capacitación constante y enfocada a la satisfacción y bienestar de los canes en todas las edades.E

## PROPUESTA DE TRABAJO

Clínica veterinaria que preste servicios, médicos avanzados para el cuidado de animales domésticos (cirugías, consultas, medicina preventiva, peluquería) y que puede incluir también una sección de tienda de productos para mascotas (productos de alimentación, complementos, transportadoras)

La aportación diferencial de este proyecto puede basarse en los servicios personalizados a los clientes, ya sea enfocados a los dueños/as de las mascotas o sus cuidadores/as, bien sea al segmento de mascotas a los que se atiende. Aunque se presten estos servicios a todo tipo de mascotas en general, se puede apostar por una especialización por el tipo de animales (comunes, exóticos), por su segmento de edad (cachorros, mayores,), o incluso por tipos de especie. En cualquier caso, la atención

especializada y personalizada en todos los aspectos y necesidades constituirá un valor añadido diferencial para el negocio.

Estas clínicas prestan servicios de cirugía, de diagnóstico por imagen, así como servicios de atención de urgencias 24H.

.Las actividades clave de un consultorio veterinario incluyen, entre otras las siguientes

- Cirugía menor y mayor.
- Consulta: con o sin cita previa (urgencia).
- Medicina Preventiva: planes para cachorros, planes geriátricos.-Inseminaciones, controles gestacionales, etc...
- Radiología y diagnosis por la imagen.
- Análisis: bioquímicas, urianálisis, cultivos.
- Peluquería e Higiene.
- Venta de productos zosanitarios y complementos.

Las principales estrategias se basan en la captación de clientes de larga duración mediante la oferta de servicios personalizados y planes. Además, una buena competencia en costes de los productos de la tienda, promociones, y campañas comerciales ayudarían no solo a la captación de clientes, sino también a la mejora de los ingresos recurrentes. Las actividades clave deben incluir las operaciones de cirugía (menor y mayor), la atención a los pacientes, la organización de la agenda, la realización y control del inventario de productos y materiales médicos, las labores comerciales y la captación de posibles aliados. Además, la formación continua para la mejora de conocimiento sobre diagnosis y tratamiento debe ser fundamental.