



UNIDAD 2. Realizar un cuadro sinóptico sobre cómo un plan de negocio se utiliza como una hoja de ruta estratégica para la expansión o diversificación de servicios en una empresa veterinaria existente.

**Alumno:**

ANDRES GUTIERREZ JENNIFER ALONDRA

**Docente:**

MVZ. DOMINGUEZ FIGUEROA MARIA DE LOURDES

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

**Licenciatura:**

Licenciatura Medicina Veterinaria y Zootecnia

M.V.Z.

**Materia:**

DESARROLLO EMPRESARIAL

**Fecha de entrega:**

14 de Junio del 2025

## 1. JUSTIFICACIÓN DE LA EXPANSIÓN

**Demanda creciente**

Por tratamientos no invasivos y rehabilitación postquirúrgica.

**Valor añadido**

Para los clientes actuales, mejorando su fidelidad y frecuencia de visita.

**Ventaja competitiva**

Frente a clínicas que no ofrecen este servicio.

## 2. ANÁLISIS DE VIABILIDAD

**Mercado objetivo**

Investigación local de mascotas geriátricas, con lesiones articulares, postoperatorios, parálisis, obesidad o atletas.

**Competencia local**

Análisis de centros cercanos que ofrezcan fisioterapia animal.

**Viabilidad económica**

- **Inversión inicial moderada:** aprovechando el espacio y estructura existentes.
- **Costos estimados:** Equipamiento básico: \$8,000 – \$15,000, Formación de personal: \$1,500 – \$3,000, Espacio mobiliario: \$2,000 – \$5,000

**Ingresos estimados**

**Precio por sesión:** \$100 – \$150, **Promedio de sesiones por tratamiento:** 6 a 10, **Clientes potenciales por mes (inicio):** 10 – 20, **Ingreso mensual proyectado (fase inicial):** \$1,800 – \$4,000

## 3. REQUERIMIENTOS OPERATIVOS

**Personal**

1 veterinario con formación certificada en fisioterapia y rehabilitación y 1 auxiliar de apoyo en sesiones.

**Infraestructura**

Sala independiente, tranquila, con buena ventilación y espacio para movimiento.

**Equipamiento esencial**

Camillas ergonómicas, pelotas y bandas elásticas, Láser terapéutico, electroestimulación y ultrasonido y Esterillas antideslizantes

## 4. ESTRATEGIA DE MARKETING

**Comunicación interna**

Informar al equipo veterinario y asistentes para que recomienden el nuevo servicio.

**Comunicación externa**

Cartelera y folletos informativos, Boletines por correo electrónico a clientes actuales, Publicaciones en redes sociales mostrando casos reales y evolución.

## 5. EVALUACIÓN DE RIESGOS

**Baja contingencia inicial del servicio**

**Posibles Obstáculos:**

1. **Falta de conocimiento** del servicio por parte del público
2. **Desconfianza** hacia terapias alternativas
3. **Ubicación** poco accesible

**Planes De Contingencia:**

1. Realizar **charlas gratuitas, talleres o publicaciones educativas** sobre fisioterapia animal.
2. Ofrecer una primera evaluación sin costo o una sesión inicial con descuento
3. Asegurar que el lugar sea **visible**, con buena **señalización** desde calles principales, y **ofrecer** mapas o indicaciones claras en redes.