

PLAN DE MERCADEO
ASESORIAS CONTABLES PARA MEDICOS VETERINARIOS Y/O
ZOOTECNISTAS

Elaborado por:
Lina Jiménez Nicholls.
Carolina Cataño Gil.

Docente
Olga Lucia Restrepo

TABLA DE CONTENIDO:

1. DEFINICION DEL NEGOCIO	4
1.1 Misión	6
1.2 Visión	6
1.3 ¿Qué vamos a hacer?	6
1.4 ¿Cuál es la justificación, importancia y pertinencia para el entorno? .	6
1.5 ¿Cuál es la motivación?	7
1.6 ¿Para quién?	7
1.7 ¿Qué oportunidad existe?	7
1.8 ¿Cómo?	7
1.9 Objetivos	8
1.9.1 Objetivos corto plazo:.....	8
1.9.2 Objetivos mediano plazo:.....	8
1.9.3 Objetivos largo plazo:.....	8
1.9.4 Objetivos estratégicos:.....	8
1.9.5 Objetivos comerciales:	9
1.9.6 Objetivos de mercadeo:	9
2. RECURSO HUMANO	10
3. ENTORNO	13
4. SERVICIO	14
4.1 Ventajas competitivas	15
4.2 Necesidad del mercado	15
4.3 Nivel de posicionamiento del producto	15
5. MERCADO	16
5.1 Segmentación del mercado	16
5.1.1 Variables geográficas:	16
5.1.2 Variables demográficas:	17
5.1.3 Variables psicográficas:.....	17
5.1.4 Variables de comportamiento:	17
5.2 Competencia	18
5.2.1 Competencia directa:	18
5.2.2 Competencia indirecta:	19
6. PRECIO	20
7. DISTRIBUCION	22
8. IMAGEN CORPORATIVA	23
9. PUBLICIDAD Y PROMOCION	26
10. COSTOS	28

10.1	Costos fijos	28
10.2	Costos variables	28
11.	VIABILIDAD ECONOMICA	29
11.1	Plan de inversiones	29
11.2	Plan de financiación	29
11.3	Análisis de ventas	30
11.4	Punto de equilibrio	30
12.	ANALISIS DOFA	32

1. DEFINICION DEL NEGOCIO

C. Nicholls Consultoría es una consultora financiera y administrativa, enfocada en médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes, que busca mejorar la eficiencia y competitividad de estos profesionales por medio de la prestación de los siguientes servicios:

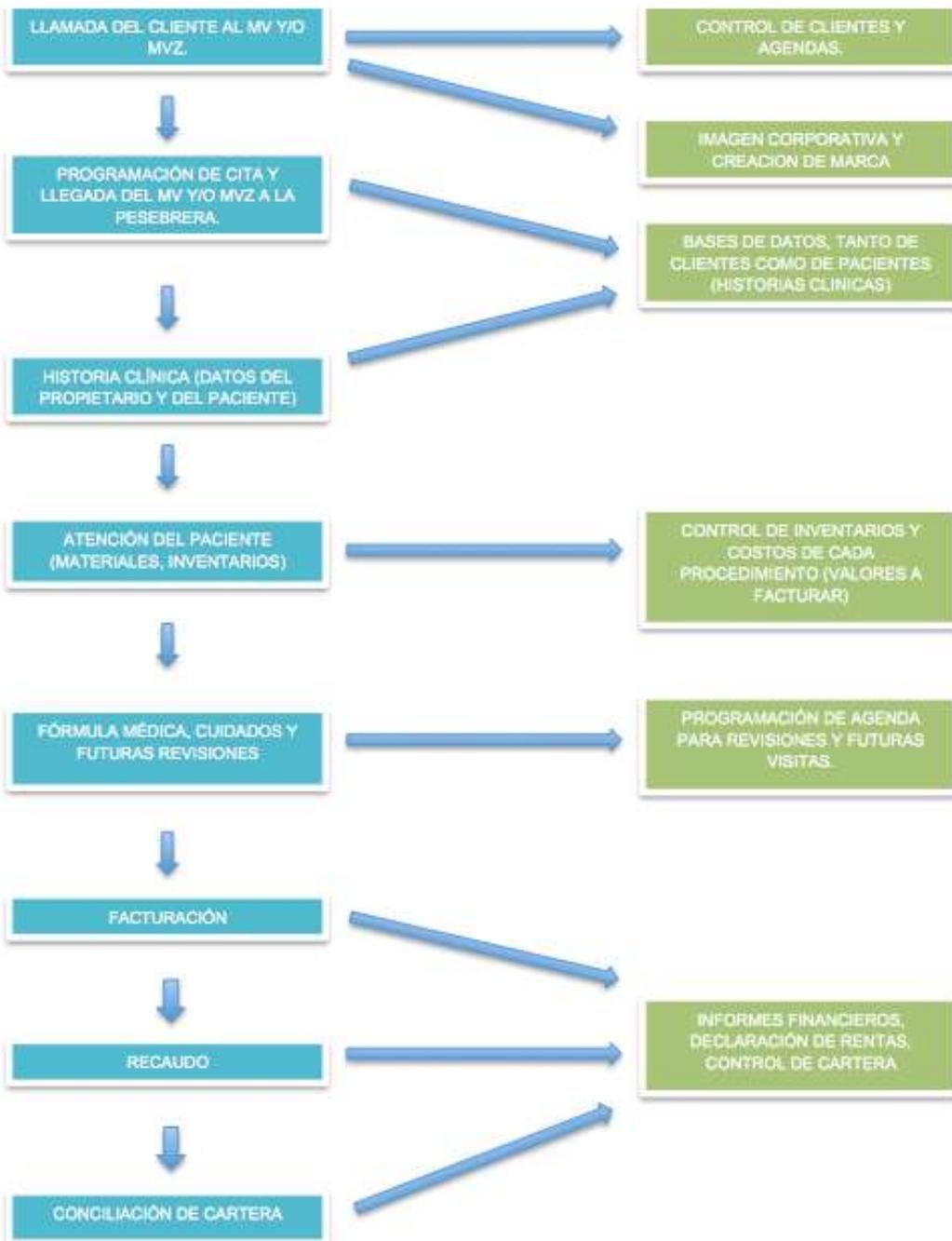
1. Facturación
2. Control de clientes
3. Manejo de bases de datos
4. Puntos de equilibrio
5. Control de costos y gastos
6. Informes financieros
7. Declaración de renta
8. Imagen corporativa y creación de marca

Esto les permitirá a nuestros clientes obtener una visión amplia sobre su negocio, sus costos y gastos reales, con lo cual podrán realizar una planificación financiera en su negocio y su vida. De igual manera obtendrán un conocimiento a fondo sobre la dinámica y funcionamiento de su marca como profesional independiente.

A continuación presentamos el flujograma de la prestación del servicio del médico veterinario (MV) y/o médico veterinario y zootecnista (MVZ) y los puntos de intervención de la empresa:

SERVICIO DEL MV Y/O MVZ

INTERVENCIÓN DE LA EMPRESA



1.1 Misión

Por medio de un gran talento humano competente y motivado C. Nicholls Consultoría generará un engranaje entre lo operativo y financiero mejorando la calidad de vida de los médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes.

1.2 Visión

La empresa para el 2017 será la consultora financiera y administrativa líder en el gremio, que a través del mejoramiento continuo y basados en los valores de integridad, confianza y seguridad tendrá fuertes lazos con sus clientes.

1.3 ¿Qué vamos a hacer?

Crear una empresa que se ocupe de la consultoría financiera y manejo administrativo de los servicios prestados por médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes.

1.4 ¿Cuál es la justificación, importancia y pertinencia para el entorno?

Los médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes requieren de un sistema contable eficiente para el manejo administrativo y financiero de su prestación de servicios. Entre las oportunidades que existen para una empresa como la nuestra se pueden mencionar:

- Manejo de facturación
- Recaudo de cartera
- Balances contables
- Manejo de inventarios
- Organización y seguimiento de las historias clínicas de los pacientes
- Creación de bases de datos de los clientes
- Asesoría para la creación de la imagen corporativa

Es un entorno informal y poco competitivo con altos costos y gastos de administración. Razones por las cuales buscamos suplir estas falencias dentro de la vida laboral de estos profesionales independientes, sin interrumpir su trabajo de campo y así estar fortaleciendo esta área financiera y contable, lograremos mejorar sus estados financieros, al estar organizados y conscientes de su realidad económica; la utilización de nuestro servicios mejorara el control de los gastos, aumento de la rentabilidad, fidelización de los clientes y dando una visión más real de su futuro económico, que le permitirán tomar decisiones más asertivas sobre

sus proyectos laborales y de vida, también le permitirá cumplir con las obligaciones laborales y fiscales que exige el estado y el medio empresarial agropecuario.

Los médicos veterinarios y/o zootecnistas del país por la forma como se han desarrollado desde sus inicios cuentan con un bajo posicionamiento y reconocimiento en la sociedad. Por tal razón se ve informalidad en la prestación de servicios por parte de estos profesionales. Nuestra empresa aportaría al crecimiento del sector y posicionamiento de los profesionales del gremio agropecuario.

La empresa busca direccionar los profesionales del área veterinaria ampliando sus competencias, reconocimiento y posicionamiento social.

1.5 ¿Cuál es la motivación?

Oportunidad existente en el medio de sistematizar y tecnificar toda el área financiera y contable del sector de los médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes, por medio de un servicio de consultoría financiera y manejo administrativo de sus negocios.

1.6 ¿Para quién?

Profesionales médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes.

1.7 ¿Qué oportunidad existe?

Encontramos un grupo humano científico que cuenta con habilidades altamente operativas pero con una falencia en el manejo contable y administrativo de su profesión, por lo cual requieren un direccionamiento en esta área para lograr un engranaje entre lo operativo y financiero llevando al éxito sus empresas.

1.8 ¿Cómo?

Lo realizaremos por medio de visitas personalizadas a cada Médico Veterinario y/o Zootecnista; cada uno contará con una clave y usuario para conectarse a una plataforma Web, donde encontrarán un software diseñado a la medida de sus necesidades y requerimientos dependiendo de su especialidad.

C. NICHOLLS Consultoría, tiene los permisos para acceder a la información de cada médico veterinario, para extraer los datos de los clientes y de la prestación del servicio a sus pacientes, y así utilizar esta información para poder generar el servicio de facturación, recaudo de cartera, manejo de inventario de los insumos agropecuarios, organización de las bases de datos y las historias clínicas de sus pacientes, entre otros.

El sistema será de la empresa C.NOCHOLLS Consultoría; los médicos veterinarios y/o zootecnistas solo tendrán un usuario y clave para poder ingresar y consultar la información. Al finalizar cada mes se le enseñará su estado de resultados, informe de gastos e ingresos, cartera recuperada, informe de los pacientes atendidos durante el mes con su respectivo seguimiento, puntos a mejorar con las recomendaciones que den sus clientes.

1.9 Objetivos

1.9.1 Objetivos corto plazo:

- Constituir la empresa: Definir el nombre, razón social, logo e imagen corporativa.
- Identificar los beneficios tributarios del sector agropecuario y el manejo financiero de este gremio.

1.9.2 Objetivos mediano plazo:

- Buscar local comercial donde se establecerá la empresa, decoración e inmobiliario.
- Dar a conocer la empresa por medio de la promoción, publicidad y mercadeo para iniciar la prestación de todos nuestros servicios al público.

1.9.3 Objetivos largo plazo:

- Ser reconocidos en el valle de aburrá como la consultora financiera y administrativa líder en el gremio, que a través del mejoramiento continuo y basados en los valores de integridad, confianza y seguridad tendrá fuertes lazos con sus clientes.
- Tener estudios para proyectar el negocio a otras regiones del país.

1.9.4 Objetivos estratégicos:

- Ser en el 2017 la consultora financiera y administrativa líder en el gremio, que a través del mejoramiento continuo y basado en

los valores de integridad, confianza y seguridad tendrá fuertes lazos con sus clientes.

Será medido con el porcentaje de satisfacción del cliente, con el posicionamiento en el gremio y los indicadores financieros que genere la empresa en su primer año en el mercado.

- Contar con todos los estudios necesarios para iniciar la apertura de otra sede en Colombia.

1.9.5 Objetivos comerciales:

- Desarrollar una propuesta viable de penetración, posicionamiento y expansión de C. Nicholls Consultoría a través de estrategias como, socios estratégicos que permitan el cumplimiento de los estándares internacionales para la certificación como una empresa de consultoría financiera y administrativa.
- Tener alianzas estratégicas para la comercialización y promoción de nuestros servicios en los diferentes eventos y congresos del gremio a nivel nacional.

1.9.6 Objetivos de mercadeo:

- Tener una relación con el cliente, saber sus gustos, necesidades, preferencias y obtener un beneficio mutuo donde hay varios momentos, como conocernos, aceptarnos y tratar de concertar nuestras diferencias para poder llegar a una relación de largo plazo y beneficio mutuo.
- Tener un engranaje entre la comunicación, la comprensión y el diseño individual para crear una relación mutuamente beneficiosa a largo plazo.
- Diferenciar los clientes para ofrecerle a cada uno el servicio que necesita.
- Desarrollar nuestro portal web el cual sea amigable con el usuario, que muestre nuestros servicios, logros, razón de ser, puntos de interés y genere satisfacción a los clientes.
- Estar presentes en las redes sociales y por medio de un aplicativo para tabletas y teléfonos inteligentes generar un contacto continuo con nuestros clientes logrando tener actualizado en todo momento todos los servicios que este requiera.

2. RECURSO HUMANO

Dentro del desarrollo de la especialización en gerencia de mercadeo, Carolina y Lina, encontraron una falencia que tiene los veterinarios independientes en cuanto al manejo administrativo y financiero de la prestación de sus servicios. Aprovechando el conocimiento del medio y la identificación de esta falencia se toma la decisión de desarrollar una solución para estos profesionales independientes. Apoyándonos en los conocimientos adquiridos dentro de la especialización iniciamos la formación de una empresa de consultoría financiera y administrativa para profesionales independientes.

La firma se formara a partir de dos personas que aportarán capital y trabajo y cuentan con las siguientes competencias:

- **Lina Jiménez Nicholls:**

Médica veterinaria y zootecnista egresada de la Universidad CES, Especialista en Gerencia de Mercadeo de la Universidad CES en convenio con la Universidad del Rosario. Cuenta con tres años de experiencia en el manejo administrativo de clínicas veterinarias y almacenes agropecuarios; realizó un diplomado en administración agropecuaria y cuenta con un amplio conocimiento en el manejo administrativo de este tipo de negocios. Conoce el medio, el manejo de clientes y proveedores, inventarios y rotación de productos y aplicabilidad de los mismos en los diferentes procedimientos clínicos.

Dentro de la formación de la empresa aportará:

- ✓ Tanto capital como trabajo.
- ✓ Será la persona encargada del manejo administrativo de la empresa, del control de costos y materiales para cada procedimiento a realizar por los clientes.
- ✓ Montará y mantendrá actualizadas las bases de datos de costos, procedimientos, nomenclaturas y márgenes de utilidad de los mismos.
- ✓ Estará en constante contacto con los clientes y proveedores para la retroalimentación de estas bases de datos.
- ✓ Tendrá participación en la toma de decisiones de la empresa y la actualización constante de las herramientas de marketing que se llevaran a cabo.
- ✓ Será la persona encargada del control del presupuesto y manejo contable.

- **Carolina Cataño Gil:**

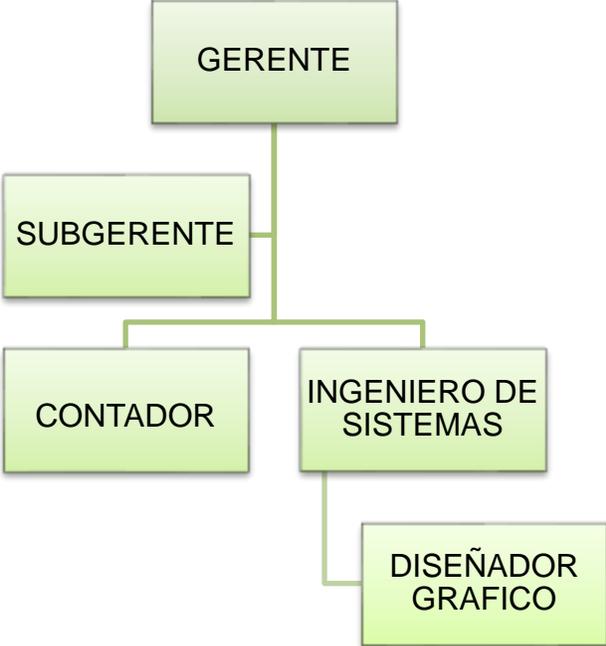
Médica veterinaria y zootecnista egresada de la Universidad CES, Especialista en Gerencia de Mercadeo de la Universidad CES en convenio con la Universidad del Rosario. Ha realizado estudios en gerencia en ventas, direccionamiento estratégico de centros veterinarios y su trabajo esta enfocado en relaciones públicas, coordinadora de eventos académicos. Actualmente se encuentra realizando una especialización en gerencia de mercadeo.

Dentro de la formación de la empresa aportará:

- ✓ Tanto capital como trabajo.
- ✓ Será la persona encargada de tener comunicación constante con los clientes, de buscar mejoras en los servicios prestados, de generar el apoyo y acompañamiento en el servicio.
- ✓ Manejara la base de datos de los clientes y de los clientes de estos.
- ✓ Estará en constante búsqueda de nuevos contactos y clientes para la firma, al igual que la participación en eventos, congresos y donde podamos llegar con nuestra marca y generar alianzas estratégicas.
- ✓ Tendrá participación en la toma de decisiones de la empresa y la actualización constante de las herramientas de marketing que se llevaran a cabo.
- ✓ Será la persona encargada del manejo del cliente, de la búsqueda de nuevos clientes y las relaciones públicas de la empresa.

Dentro de la estructura de la empresa también requerimos de un contador, un ingeniero de sistemas, una recepcionista y un diseñador gráfico. Pretendemos apoyarnos en el ingeniero de sistemas para el desarrollo del sistema en el cual manejaremos las bases de datos y toda la información de la empresa. Esta persona generara muchas horas de trabajo inicialmente y luego serán apoyos específicos. Con el contador tendremos unas asesorías en el montaje de la empresa y a medida que vayamos desarrollando la empresa y ésta lo requiera se buscaran para vinculación tiempo completo.

En base a estas ideas tendremos como organigrama:



La empresa será una organización privada, con ánimo de lucro, enfocada en el sector terciario, constituida como una SAS.

3. ENTORNO

La Asociación Colombiana de Facultades de Medicina Veterinaria y/o Zootecnia (ASFAMEVEZ) reporta en el país 36 facultades de dichas profesiones. ACOVEZ, Asociación Colombiana de Médicos Veterinarios y/o Zootecnistas, reporta 11.600 profesionales registrados en el país. En el Valle de Aburra hay 6 facultades de dicha profesión que egresan alrededor de 130 profesionales al año.

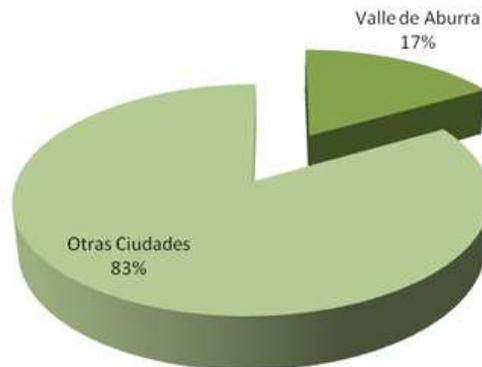


Figura 1. Numero de Facultades de Medicina Veterinaria y Zootecnia en el Valle de Aburra.

Es un sector que está en crecimiento donde es indispensable el máximo aprovechamiento de todos los recursos y la dinamización de la profesión, generando una empresa a partir de un profesional independiente. La oportunidad que existe en el mercado de crear esta consciencia de organización administrativa y financiera para que su trabajo sea más eficiente y realizar el acompañamiento a estos profesionales es latente.

En Colombia hay alrededor de 160.000 contadores públicos que cuentan con más de 120 asociaciones. Esta cifra es superior comparada con los Médicos Veterinarios y/o Zootecnistas lo cual indicaría una amenaza para la empresa, pero dentro de la investigación del sector, nos damos cuenta que los contadores públicos no han detectado como posibles clientes a los médicos veterinarios y/o zootecnistas; y estos a su vez, solo utilizan el servicio de los contadores públicos al finalizar el año para la declaración de la renta.

Dentro del gremio en el cual queremos trabajar vemos difícil el ingreso de un competidor, debido a que los médicos veterinarios hacen parte de un círculo cerrado y tradicional. Frente a esta situación tenemos una ventaja, al tener un recorrido profesional dentro del sector y un amplio conocimiento de estos profesionales que ejercen sus servicios en el valle de aburra.

4. SERVICIO

Este servicio de consultoría está dirigido a médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes que se plantean inquietudes sobre el futuro de su negocio. La empresa C.NICHLLOS Consultoría, le marcará el mejor camino a seguir, diagnosticando su situación actual, definiendo objetivos, abriendo nuevos horizontes a los sectores de éxito y dotando a su empresa de los medios necesarios para acceder al liderazgo de mercado.

Este sector presenta enormes oportunidades de crecimiento, donde los médicos veterinarios tendrán un valor agregado al tener un equipo de profesionales administrándoles sus clientes, facturas, inventarios, cobros de cartera, imagen corporativa y haciendo su trabajo de campo más eficiente y rentable.

Combinamos los conocimientos del contador, diseñador gráfico, ingeniero de sistemas y médicas veterinarias especialistas en mercadeo, al alcance del sector para brindar apoyo a los médicos veterinarios y/o zootecnistas independientes en el área administrativa y financiera, que ayudaran a estos profesionales a tomar decisiones asertivas sobre sus empresas y permitirles enfocarse en el desarrollo de su negocio y concentrar su tiempo en lo que constituye su razón de ser.

Nuestras áreas de enfoque incluyen los siguientes servicios:

Área Contable

1. Generación de factura
2. Recepción y procesamiento de las facturas
3. Entrega de cierres contables mensuales y anuales.
4. Preparación de estados financieros
5. Conciliación de cuentas por cobrar
6. Liquidación de todas las obligaciones laborales y fiscales
7. Pagos a proveedores
8. Control contable de los costos y gastos
9. Elaboración de declaraciones tributarias y medios magnéticos.

Área del servicio al cliente

1. Atención de inquietudes a clientes
2. Seguimiento de los pacientes. (caballos)
3. Actualización de bases de datos. (clientes)
4. Segmentación de los clientes más importantes

Área laboral

5. Registro de las historias clínicas
6. Manejo de inventario de insumos médicos
7. Programación de la agenda.

4.1 Ventajas competitivas

Personal del sector médico veterinario, con conocimiento de los clientes potenciales, con asesoramiento personalizado y un sistema diseñado a la necesidad del cliente.

4.2 Necesidad del mercado

El sector presenta una oportunidad de Outsourcing o tercerización de los procesos administrativos y financieros. Los médicos veterinarios y/o zootecnistas se podrían focalizar en sus competencias fundamentales, en las cuales pueden crear mayor valor para sus clientes y mejor atención a sus pacientes.

4.3 Nivel de posicionamiento del producto

Debido a que es un producto nuevo y no encontramos competencia directa del mismo no se puede definir el posicionamiento del mismo.

5. MERCADO

En el desarrollo de la empresa inicialmente se busca abarcar los médicos veterinarios y/o zootecnistas, independientes y especialistas dedicados a la cirugía, podología, medicina interna, neonatología y reproducción en el sector Equino, que presten sus servicios dentro del Valle de Aburra, tanto en la zona urbana como rural. Estos profesionales cuentan con dos dificultades, una es el desconocimiento financiero y administrativo de su negocio y la otra es que no tienen tiempo disponible para dedicarle a esta área y solo cuentan con una secretaria que hace todo el proceso básico de facturación y recaudo. Estos profesionales como son independiente son los que tienen la necesidad directa y los que van a utilizar nuestros servicios, no contamos con intermediarios.

Es un mercado que está en crecimiento; el Valle de Aburrá cuenta con 6 Facultades de Medicina Veterinaria y/o Zootecnia, que están graduando al año un promedio de 100 profesionales, donde un 5% de estos profesionales se dedican al sector Equino.

Según la Asociación de Caballistas de Antioquia, ASOCABA, el valle de aburrá cuenta con 10.000 Caballos Criollos Colombianos registrados, la mayoría de ellos están en la zona rural; este sector se encuentra en crecimiento según la Federación Nacional Colombiana de Asociaciones Equinas, FEDEQUINAS.

Contamos con un mercado con un potencial muy alto para nuestra empresa, ya que por el momento seríamos la primera empresa en prestar servicios de consultorías financieras y administrativas enfocada en este sector en particular, ofreciéndoles un servicio integrado del control de costos y gastos, facturación, reportes, manejo de historias clínicas, agendas, bases de datos de los clientes e imagen corporativa.

5.1 Segmentación del mercado

Para segmentar el mercado tomamos en cuenta las siguientes variables:

5.1.1 Variables geográficas:

La empresa está dirigida a médicos veterinarios y/o zootecnistas especialistas en equinos, graduados de la Universidad de Antioquia, que cuenta con 1.385 egresados, y la Universidad CES cuentan con 212 egresados; estas Universidades son las facultades más antiguas en el Departamento de Antioquia y además los profesionales tienen un mínimo de 5 años de experiencia laboral en lugares ubicados en el Valle de Aburrá, tanto en la zona urbana como rural. Inicialmente

solo se quiere abarcar esta área por que el estudio de mercado se ha enfocado hacia estos clientes potenciales. Además que hay un conocimiento previo de la zona geográfica.

5.1.2 Variables demográficas:

Nuestros clientes son médicos veterinarios y/o zootecnistas especialistas en equinos e independientes, tanto mujeres como hombres, que posean como mínimo 5 años de experiencia en el mercado, sin condicionar por estado civil, con un estrato social de medio a alto, con edades comprendidas entre los 25 y 45 años, que tengan una facturación mensual entre \$3.000.000 a \$ 20.000.000 de pesos.

5.1.3 Variables psicográficas:

Nuestro target son médicos veterinarios y/o zootecnistas que trabajan solamente con equinos y son independientes, especializados en el área de reproducción, ortopedia, cirugía, medicina interna y neonatología. Son personas con desempeño profesional exitoso, están a la vanguardia con las nuevas tecnologías que estén relacionadas con su trabajo, son impulsivas, les gusta la emoción, amantes de las actividades al aire libre, siempre en busca de soluciones, son personas independientes, luchadoras, autónomas, sociables, dedicados y su vida esta orientada al trabajo, prácticos, les encanta la naturaleza. Priorizan a sus pacientes antes que cualquier persona o situación, están disponibles 24/7 para cualquier eventualidad que pueda suceder con su trabajo.

Debemos tener en cuenta dentro de estas variables las deficiencias que tiene los profesionales del sector en cuanto a conocimiento financiero y administrativo en el manejo de sus negocios.

5.1.4 Variables de comportamiento:

Nuestros usuarios son potenciales debido al carácter innovador y no esta disponible en la ciudad de Medellín, su disposición de compra es de interés debido a que vamos a solucionar sus dificultades administrativas y financieras, buscando el beneficio del orden y rentabilidad en su trabajo. Su momento de uso será siempre, cada vez que atienda un paciente (caballo), por lo cual su nivel de uso es frecuente debido a que todo el día atienden alrededor de 10 pacientes, su fidelidad se convertirá en incondicional ya que dependerán de la consultaría para todo el proceso administrativo y

financiero, y la actitud con la marca será positiva porque no se sentirá solo, siempre tendrá un respaldo de profesionales acompañándolo en todo su proceso de venta de servicios.

5.2 Competencia

5.2.1 Competencia directa:

Existen en Estados Unidos un Software llamado AVImark EQ, para los profesionales que están dedicados a los Equinos. Sus características son:

- Cartas dentales y cascos
- Historias clínicas
- Materiales de educación al cliente
- Opciones Equino-específicas en el área de pacientes (marcas, uso, información de la raza mixta, la información de registro)
- Integración con máquinas de laboratorio tales como IDEXX®, Heska®, Antech® y Abaxis®.
- Función de asignación para las citas de campo (agenda).
- La capacidad de la pantalla Multi.

Para poder entenderlo descargamos un DEMO, y encontramos las siguientes dificultades:

- El idioma: Es solo en Ingles.
- No es amigable a la vista.
- Es difícil de manejar.
- Es mas orientado a Perros y Gatos.
- No hay asesoría, todo es por medio de un video.
- Hay que cancelar una administración mensual de US 300.
- No hay soporte técnico.
- No es muy especifico.
- Valor del sistema US 3.000

En conclusión el sistema está diseñado para los Caballos Cuarto de Milla, Pura Sangre Inglesa que son razas de Estados Unidos y son diferentes en tamaño, raza, color, desempeño atlético, alimentación a los Caballos que existen en Colombia.

Además esto solo sería un sistema y nosotros prestaremos un

servicio soportado en un Software más personalizado a las necesidades de los profesionales; integrando la administración, finanzas, agenda, bases de datos de clientes y marketing para dicho sector.

5.2.2 Competencia indirecta:

Contadores: En Colombia hay alrededor de 160.000 contadores públicos que cuentan con más de 120 asociaciones. Un contador se dedica a aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de una organización o persona, con la finalidad de diseñar mecanismos de apoyo a la gerencia para la toma de decisiones.

También participa en la materialización de nuevas ideas que buscan crear empresa. Una de sus principales tareas es la de preparar los estados contables que exige la ley tanto a empresas como a personas naturales (ejemplo: trabajadores o profesionales independientes), los cuales deben estar respaldados por un profesional.

6. PRECIO

Se determina el precio para alcanzar la tasa de rentabilidad, teniendo en cuenta los costos fijos y variables de la empresa.

Se tiene una administración básica mensual la cual corresponde al derecho para utilizar el sistema y los servicios de la empresa, además de este cargo básico se tendrán una comisión del 10% sobre el valor total recaudado al mes.

PRESUPUESTO DE COSTOS				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unidad	Valor total
COSTOS FIJOS				
Asistente	Mes	1	1.508.520	1.508.520
Honorarios Lina	Horas	48	50.000	2.400.000
Honorarios Carolina	Horas	48	50.000	2.400.000
Auxilios de Transporte	Unidades	2	65.000	130.000
Honorarios profesionales	Sesión	20	100.000	2.000.000
Sistemas y Mantenimiento	Mes	1	50.000	50.000
Contador	Mes	0,5	2.340.000	1.170.000
Arrendamiento Local	Mes	1	800.000	800.000
Servicios Publicos	Mes	1	400.000	400.000
Papeleria y Utencilios de Oficina	Mes	1	650.000	650.000
TOTAL COSTOS FIJOS				11.508.520

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unidad	Valor total
COSTO VARIABLE				
Publicidad y Propaganda	Inauguración	1	6.000.000	6.000.000
Elaboración Software nuevo	Participante	1	20.000.000	20.000.000
Costos Creacion y Formalizacion		1	6.000.000	6.000.000
TOTAL COSTOS VARIABLES				32.000.000

Demanda		10	
Inversión		32.000.000	
a. Costo Variable			
b. Costo Fijo		\$ 11.508.520	
Costo Total		\$ 11.508.520	
Costo mensual		\$ 11.508.520	
Costo por Persona		\$ 1.278.724	
Utilidad		\$ 12.787.244	
Margen		10	10%

- La Inversión se recupera con el 10% que se cobra al veterinario por el recaudo.
- Se establece un mínimo de clientes mensual de 10, con los cuales se pueden cubrir los costos.
- El margen de utilidad se generara por el incremento de clientes que se refleja en menor costo por unidad.
- Se establece un precio de acuerdo a los costos totales que se deben cubrir mensualmente y a la cantidad mínima de clientes establecidos lo cual genera un precio de administración mensual que se cobrara a cada cliente de \$1.278.724 el cual por facilidad se redondeara a \$1.300.000 mensual/cliente.

7. DISTRIBUCION

Estrategias de Servicio al cliente

Garantías: Se garantiza un servicio de calidad, con una promesa de servicio ya especificada, satisfaciendo las necesidades actuales y potenciales.

Servicio posventa: Se realiza en seguimiento y control del servicio prestado a cada Médico Veterinario, para asegurar la calidad y referenciación.

Canales de comunicación con el cliente:

- Personalmente
- SMS
- Telefónicamente
- Vía E-mail

Sistema de distribución del canal: Debido a que prestamos un servicio, el sistema de distribución es directo, ya que estamos en la fase de lanzamiento y se requiere explicar las características del servicio y los beneficios de este.

8. IMAGEN CORPORATIVA

Nombre: C. NICHOLLS. CONSULTORIA

Asociación del Nombre: Son la inicial del nombre de Carolina “C” y el apellido de Lina “Nicholls”, la presentación de la empresa es una identificación de nosotras; la parte de consultoría administrativa, porque es el nombre más fácil de asociar al servicio que prestaremos.

Elementos del logo: Tenemos la imagen de un caballo, porque va a ser más fácil crear una recordación en nuestros clientes, ya que son los pacientes que ellos atienden.

Colores: Tenemos dos opciones. (Línea verde o azul)

- **Verde:** Lo utilizamos debido a que tiene una fuerte afinidad al campo, la naturaleza, y es con lo que nuestro segmento se identifica inmediatamente. Queremos inspirar tranquilidad, confianza, seguridad.
- **Plateado:** El caballo lo escogimos en un color plateado, para generar en nuestros clientes una estabilidad, formalidad empresarial, mentalidad corporativa.
- **Azul:** Lo utilizamos porque crea una sensación de tranquilidad, seguridad, calma, confianza y eso son los valores que vamos a proyectar a nuestros clientes.

En fondos blanco y negro.

Tabla Imaginarium

Color	Verde / Azul	Naturaleza / Tranquilidad
Textura	Lisa	Confianza
Olor	Naturaleza	Paz
Landmark	Caballo	Logros/ metas/pasión
Metal	Platino	Elegancia / Prestigio
Sabor	Menta	Frescura

Propuesta del logo verde



Tipo de comunicación a utilizar: "Haremos tu vida más tranquila y tu bolsillo más feliz"

Propuesta del logo Azul





Tipo de comunicación a utilizar: "Haremos tu vida más tranquila y tu bolsillo más feliz"

9. PUBLICIDAD Y PROMOCION

Para darnos a conocer, tenemos una estrategia de ofrecerle a un médico veterinario reconocido en el sector, nuestro servicio por tres meses sin ningún costo alguno, en contra prestación, seria realizar las recomendaciones pertinentes para mejorar todo el proceso del servicio, esto se realiza con la idea de buscar un legitimador de la marca, darnos a conocer en el medio.

El profesional también nos ayudara a realizar un marketing voz a voz, recomendándonos con otros médicos veterinarios; teniendo en cuenta que este es un gremio cerrado, es la mejor forma para darnos a conocer.

Con esto pretendemos buscar un reconocimiento y generar una relación one to one con cada uno de nuestros clientes.

En el segundo paso, vamos a utilizar:

1. Publicidad por mailing: Realizaremos correos personalizados a cada profesional.

Ejemplo:

Doctor. Alejandro Salas

Su tiempo es lo mas valioso, por esto dedíquelo a lo que mas le apasiona.

Permítanos acompañarlo durante esta labor.



2. Asistencia a Ferias Equinas: Son punto clave para darnos a conocer entre los médicos veterinarios, ya que el público específico está reunido.

3. Marketing directo: Es fundamental para C.NICHOLLS Consultoría, realizar citas de negocios con cada médico veterinario donde le enseñaremos nuestro portafolio de servicios.

10. COSTOS

10.1 Costos fijos

Los costos fijos con los cuales contara la empresa son la asistente quien realizara las funciones de secretaria, los honorarios de Lina y Carolina quienes realizaran todo el proceso comercial y manejo de clientes, auxilios de transporte para la labor comercial, honorarios profesionales en los cuales se incluye el ingeniero de sistemas y el diseñador grafico, sistemas y mantenimiento que se refiere al cargo de mantenimiento mensual, el contador, arrendamiento del local, servicios públicos, papelería y utensilios de oficina. El total de costos fijos mensuales es de \$11.508.520.

PRESUPUESTO DE COSTOS				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unidad	Valor total
COSTOS FIJOS				
Asistente	Mes	1	1.508.520	1.508.520
Honorarios Lina	Horas	48	50.000	2.400.000
Honorarios Carolina	Horas	48	50.000	2.400.000
Auxilios de Transporte	Unidades	2	65.000	130.000
Honorarios profesionales	Sesión	20	100.000	2.000.000
Sistemas y Mantenimiento	Mes	1	50.000	50.000
Contador	Mes	0,5	2.340.000	1.170.000
Arrendamiento Local	Mes	1	800.000	800.000
Servicios Publicos	Mes	1	400.000	400.000
Papeleria y Utencilios de Oficina	Mes	1	650.000	650.000
TOTAL COSTOS FIJOS				11.508.520

10.2 Costos variables

Los costos variables incluyen la publicidad y propaganda necesaria para dar a conocer la empresa, la elaboración del software y los costos de creación y formalización de la empresa. Los costos variables en total son de \$32.000.000

PRESUPUESTO DE COSTOS				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor Unidad	Valor total
COSTO VARIABLE				
Publicidad y Propaganda	Inauguración	1	6.000.000	6.000.000
Elaboración Software nuevo	Participante	1	20.000.000	20.000.000
Costos Creacion y Formalizacion		1	6.000.000	6.000.000
TOTAL COSTOS VARIABLES				32.000.000

11. VIABILIDAD ECONOMICA

11.1 Plan de inversiones

El plan de inversiones esta basado en la formación de la empresa e inversión en la creación del software. El valor de esta inversión será cubierta por las dos socias quienes aportaran la suma de \$13.000.000 cada una.

11.2 Plan de financiación

En el momento de iniciar la planeación de la inauguración e inicio del funcionamiento de la empresa se realizara la adquisición de un préstamo a nombre de C. Nicholls Consultoría por valor de \$14.000.000 para la adquisición del inmobiliario para el local, un computador de escritorio, papelería y utensilios de oficina, y la publicidad y promoción.

PRESUPUESTO DE COSTOS			
Material	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Carpetas	\$500	80	\$40.000
Cartucho de Impresora	\$150.000	2	\$300.000
Cinta Transparente	\$2.000	8	\$16.000
Clips	\$2.000	4	\$8.000
Cocedora Industrial	\$15.000	1	\$15.000
Cocedoras Normal	\$5.000	3	\$15.000
Ganchos de Cocedora	\$5.000	3	\$15.000
Lapiceros	\$1.000	8	\$8.000
Marcadores	\$1.000	20	\$20.000
Pegastic	\$2.000	5	\$10.000
Perforadora de 2 huecos	\$15.000	2	\$30.000
Perforadora de 3 huecos	\$35.000	2	\$70.000
Portaminas	\$2.000	8	\$16.000
Resma de Papel Tamaño Carta * 75 Gramos	\$10.000	8	\$80.000
Sobres de Manila Tamaño Carta	\$500	30	\$15.000
Total Consumo Papelería Primera Compra			\$658.000
Publicidad y Promoción	\$6.000.000	1	\$6.000.000
Total Consumo Publicidad y Promoción			\$6.000.000
Computador de Escritorio	\$2.250.000	1	\$2.250.000
Impresora Multifuncional	\$985.000	1	\$985.000
Archivador	\$450.000	1	\$450.000
Escritorios	\$350.000	3	\$1.050.000
Sillas para Escritorios	\$160.000	3	\$480.000
Sillas de Espera	\$130.000	7	\$910.000
Mesas Auxiliares	\$120.000	3	\$360.000
Teléfono	\$80.000	3	\$240.000

Decoración	\$500.000	1	\$500.000
Total Consumo Inmodiliario y Equipos			\$7.225.000
TOTAL PRESUPUESTO			\$13.883.000

11.3 Análisis de ventas

Dentro del análisis de las ventas encontramos que al obtener clientes los cuales pagaran la administración básica mensual y obteniendo un cliente nuevo por mes nos tardaríamos 9 meses para llegar al punto de cubrimiento total de los costos mensuales y a partir del mes 10 se obtendrían excedentes. Hay que tener en cuenta que en este análisis no se tiene los ingresos por recaudo de facturación lo cual sería un ingreso adicional para el negocio. Si se parte de un supuesto donde cada cliente facture mensual \$6.000.000 y el 70% de esta facturación sea recaudada por C. Nicholls Consultoría esto daría un ingreso adicional de \$420.000 mensuales/cliente, logrando así llegar al punto de equilibrio a los 7 meses con un total de siete clientes.

	Clientes	Valor Basico	Total Ventas/ Mes	Ingreso Mensual	Facturacion/ Cliente Mes	Recaudo del 70%	Comision/ Recaudo 10%	Ingresos Operacionales
Enero	1	\$ 1.278.724	\$ 1.278.724	-\$ 10.229.796	\$ 6.000.000	\$ 4.200.000	\$ 420.000	-\$ 9.809.796
Febrero	2	\$ 1.278.724	\$ 2.557.449	-\$ 8.951.071	\$ 12.000.000	\$ 8.400.000	\$ 840.000	-\$ 8.111.071
Marzo	3	\$ 1.278.724	\$ 3.836.173	-\$ 7.672.347	\$ 18.000.000	\$ 12.600.000	\$ 1.260.000	-\$ 6.412.347
Abril	4	\$ 1.278.724	\$ 5.114.898	-\$ 6.393.622	\$ 24.000.000	\$ 16.800.000	\$ 1.680.000	-\$ 4.713.622
Mayo	5	\$ 1.278.724	\$ 6.393.622	-\$ 5.114.898	\$ 30.000.000	\$ 21.000.000	\$ 2.100.000	-\$ 3.014.898
Junio	6	\$ 1.278.724	\$ 7.672.347	-\$ 3.836.173	\$ 36.000.000	\$ 25.200.000	\$ 2.520.000	-\$ 1.316.173
Julio	7	\$ 1.278.724	\$ 8.951.071	-\$ 2.557.449	\$ 42.000.000	\$ 29.400.000	\$ 2.940.000	\$ 382.551
Agosto	8	\$ 1.278.724	\$ 10.229.796	-\$ 1.278.724	\$ 48.000.000	\$ 33.600.000	\$ 3.360.000	\$ 2.081.276
Septiembre	9	\$ 1.278.724	\$ 11.508.520	\$ -	\$ 54.000.000	\$ 37.800.000	\$ 3.780.000	\$ 3.780.000
Octubre	10	\$ 1.278.724	\$ 12.787.244	\$ 1.278.724	\$ 60.000.000	\$ 42.000.000	\$ 4.200.000	\$ 5.478.724

11.4 Punto de equilibrio

Realizando las proyecciones esperadas según los costos, gastos y ventas estimadas generamos el estado de resultados donde se puede observar que a partir del octavo mes de funcionamiento y con un mínimo de 8 clientes C. Nicholls Consultoría generaría utilidades en la realización de su ejercicio llegando a ser una empresa rentable y sostenible.

ESTADO DE RESULTADOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril
VENTAS	\$ 1.698.724	\$ 3.397.449	\$ 5.096.173	\$ 6.794.898
(-) Devoluciones y descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 1.698.724	\$ 3.397.449	\$ 5.096.173	\$ 6.794.898
(-) Costo de ventas	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	-\$ 3.101.276	-\$ 1.402.551	\$ 296.173	\$ 1.994.898
(-) Gastos operacionales de ventas	\$ 4.858.520	\$ 4.858.520	\$ 4.858.520	\$ 4.858.520
(-) Gastos Operacionales de administración	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 9.809.796	-\$ 8.111.071	-\$ 6.412.347	-\$ 4.713.622
(+) Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos no operacionales	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	-\$11.209.796	-\$ 9.511.071	-\$ 7.812.347	-\$ 6.113.622
(-) Impuesto de renta y complementarios	\$ 139.350	\$ 139.350	\$ 139.350	\$ 139.350
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-\$11.349.146	-\$ 9.650.421	-\$ 7.951.697	-\$ 6.252.972

Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
\$ 8.493.622	\$ 10.192.347	\$ 11.891.071	\$ 13.589.796	\$ 15.288.520	\$ 16.987.244
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 8.493.622	\$ 10.192.347	\$ 11.891.071	\$ 13.589.796	\$ 15.288.520	\$ 16.987.244
\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000
\$ 3.693.622	\$ 5.392.347	\$ 7.091.071	\$ 8.789.796	\$ 10.488.520	\$ 12.187.244
\$ 4.858.520	\$ 4.858.520	\$ 4.858.520	\$ 4.858.520	\$ 4.858.520	\$ 4.858.520
\$ 1.850.000	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000
-\$ 3.014.898	-\$ 1.316.173	\$ 382.551	\$ 2.081.276	\$ 3.780.000	\$ 5.478.724
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
-\$ 4.414.898	-\$ 2.716.173	-\$ 1.017.449	\$ 681.276	\$ 2.380.000	\$ 4.078.724
\$ 139.350	\$ 139.350	\$ 139.350	\$ 139.350	\$ 139.350	\$ 139.350
-\$ 4.554.248	-\$ 2.855.523	-\$ 1.156.799	\$ 541.926	\$ 2.240.650	\$ 3.939.374

12. ANALISIS DOFA

VARIABLES	DEBILIDAD	OPORTUNIDAD	FORTALEZA	AMENAZA
VARIABLES MEZCLA DE MERCADEO				
PRODUCTO /SERVICIO	Se necesita de una plataforma de internet para estar conectado con la oficina. Poco musculo financiero.	Buscar alianzas estrategicas. Explorar otras plataformas que cumplan los requisitos.	Prestar un servicio mas integrado. Estar en linea con el cliente.	Copia del servicio. Areas rurales sin acceso a intnet.
MERCADO	La falta de cultura de contratar un servicio externo. No tenemos presencia ni reputacion en el mercado.	La necesidad que presenta el mercado en el area financiera y administrativa. Sector en expansion con muchas oportunidades.	La innovacion del servicio en el sector veterinario. Ofrecer una atencion personalizada al cliente.	Reconocimiento y credibilidad de la empresa. Los desarrollos tecnologicos estan en continuo cambio.
COMPETENCIA	Nuestro flujo de fondos es bajo en comparacion a la competencia.	La competencia no se adapta a las necesidades puntuales de los clientes.	El servicio se diseñara a la necesidad de nuestros clientes y la competencia realiza un servicio estandar.	Un cambio en el enfoque de servicio del competidor puede destruir la posición conseguida en el mercado.
PRECIO	No hay un precio base establecido en el mercado.	Podemos establecer una tndencia en el precio.	Fiajr un precio razonable y azequible a los clientes.	La entrada de un competidor a un precio bajo.
CANALES DE DISTRIBUCION	Es un canal directo.	Toda la informacion es directa y real al no tener terceros en el canal.	Al ser directa, tendremos mayor facilidad en establecer una relacion con los clientes.	Personal experto en el area comercial de la competencia.
PUBLICIDAD	No contamos en la empresa con un publicista, se contrata por prestacion de servicios.	Buscar un publicista que se adapte a las necesidades de C.NICHOLLS Consultoria.	Tener clara una buena estrategia creativa respaldada por buenas habilidades y canales especificos para llegar a nuestros clientes.	El target al que nos vamos a dirigir, no es de publicidad sino de relaciones.
PROMOCION	Falta de experiencia en el area comercial.	Conformar un equipo con alta experiencia.	Conocemos el target, podemos utilizar los medios de comunicaci3n adecuados.	Los Medicos Veterianrios, siempre disponen de muy poco tiempo por lo cual hay que identificar con exactitud la estregia.
VARIABLES DE COMPETITIVIDAD				
IND. MACROECONOMICOS				
CRECIMIENTO DEL PIB	El sector de servicios de outsourcing para el sector veterinario, no esta muy desarrollado ni documentado.	El sector de servicios, esta creciendo y le aportó al PIB en el 2013 el 4,5%.	Es un campo nuevo por explorar y explotar.	Decisiones del gobierno que afecten directamente el PIB en adquisicion de servicios.
TASA DE DESEMPLEO	El sector cuenta con bajas tasas de empleo con mala remuneraci3n.	Mayor numero de profesionales independientes.	Potencial de adquisicion de mas clientes.	Sector muy dependiente de cambios externos y decisiones del gobierno en seguridad.
ANALISIS DE INDUSTRIA				
INDICADORES DEMOGRAFICOS				
POBLACION DEL SEGMENTO	Falta de capacitacion y conocimiento del manejo empresarial de su negocio en cuanto a prestaciones de servicios.	Aumento del numero de profesionales que egresan cada año y requieren de nuestros servicios.	Conocimiento de la poblaci3n y de sus necesidades.	Busqueda de soluciones en otro tipo de empresas o competidores.
SITUACION ACTUAL	Concentracion de profesionales en una misma área.	Generar un direccionamiento estrategico en el area administrativa y financiera buscando mejorar ingresos para cada profesional en un area cada vez mas competitiva.	Conocimiento del sector y sus posibles oportunidades para crecer.	Cambios en el ejercicio de la profesion por falta de progreso en la misma.