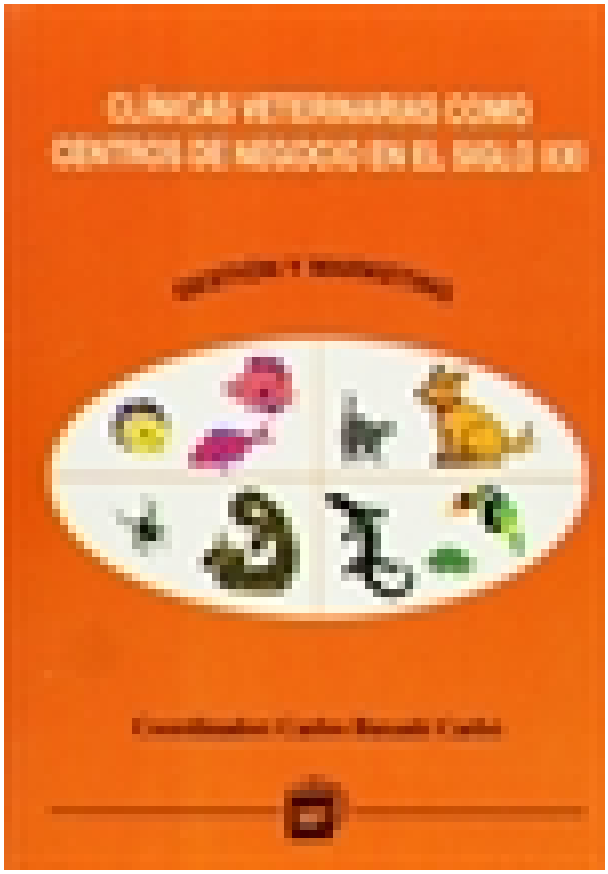
Mundi-Prensa

Clínicas veterinarias como centros de negocio en el siglo XXI. Gestión y marketing



Editorial: Mundiprensa
Autor: CARLOS BUXADE CARBÓ
Clasificación: Universidad > Ganadería
Tamaño: 16,5 x 23,5 cm.
Páginas: 382
ISBN 13: 9788471147707
ISBN 10: 847114770X
Precio sin IVA: $ 1210.00 Mxn
Precio con IVA: $ 1210.00 Mxn
Fecha publicacion: 01/01/1998

Sinopsis

Fue en los años 80-85 cuando empezaron a proliferar en España las "Clínicas " para Animales de Compañía (C.A.C) destinadas, fundamentalmente, a los perros y, en muchísima menor medida, a los gatos y a los pájaros. Desde entonces este subsector (técnicamente hablando de los Animales Utiles de Compañía, A.U.C., dado que en él se deben incluir también a los moradores de los acuarios y de los terrarios) ha evolucionado de una forma muy importante y así, por una parte, las "Clínicas A.C." se ven abocadas en la inmensa mayoría de los casos, si quieren sobrevivir económicamente, a transformarse en "Centros de Negocio para Animales Utiles de Compañía. C.N.A.U.C." y, por otra, surgen, cada vez con más fuerza, las "Tiendas para Animales Utiles de Compañía (T.A.U.C.)" como "centros de servicios". En el presente-futuro las claves que condicionarán la supervivencia de ambos van a ser la GESTION (entienda como gestión integral y el MARKETING (en su sentido más amplio). Por esta razón se ha considerado oportuno, útil y necesario, publicar el presente libro. En él, a lo largo de 15 capítulos se analiza la situación actual y perspectivas de las C.N.A.U.C., las claves de su ubicación, las gestiones integral, contable, fiscal y jurídica, financiera, de recursos humanos, de compras y de stocks, de otras líneas de negocio y de las visitas domiciliarias así como, el mercado y los clientes, el marketing y el marketing directo y la problemática de las alianzas y de los centros especializados.

Indice

Prefacio. Prólogo. Las clínicas de animales de compañía como centros de negocio para animales útiles de compañía. Situación actual y perspectivas. Claves de la ubicación de los C.N.A.U.C.. Principios de gestión integral: su aplicación a los C.N.A.U.C., Principios de gestión contable: su aplicación a los C.N.A.U.C. Principios de gestión fiscal y jurídica: su aplicación a los C.N.A.U.C. Principios de gestión financiera y su aplicación a los C.N.A.U.C. Principios de gestión en recursos humanos: aspectos claves en los C.N.A.U.C. Principios de gestión de compras y de stocks en los C.N.A.U.C. La gestión de otras líneas de negocio en los C.N.A.U.C. La gestión de las visitas domiciliarias en los C.N.A.U.C. El mercado y los clientes de los C.N.A.U.C. El marketing y los C.N.A.U.C. La problemática de las alianzas de mercado y de los centros especializados. Epílogo. Anexo.

Comercial
ZONA CENTRO
Norma Amezola
Tf: 52 1 56 2575 0552
E-MAIL: norma.amezola@paraninfo.mx
ZONA NORTE Y SUR
Nancy Ochoa
TF: 52 1 81 8362 1055
nancy.ochoa@paraninfo.mx
ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN
Guadalupe Gallegos
ventas@paraninfo.mx
52 5 52 4992 649