



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACION DE BOTICAS Y
FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
ESTABLECIMIENTO DE PRODUCTOS VETERINARIOS EN EL SECTOR
SANTA RITA D.M.Q. PERIODO 2015

Proyecto de inversión previo a la obtención del título de tecnólogo en
administración de boticas y farmacias

Autora: Chauca Untuña Wendy
Nathaly

Tutor: Eco. Jessica Erazo

Quito, octubre 2015



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Wendy Nathaly Chauca Untuña
C.I 1751551571



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Wendy Nathaly Chauca Untuña , con CI. 1751551571, alumna de la Escuela de Salud Administración de Boticas y Farmacias autora del proyecto de titulación de tema: Estudio de factibilidad para la creación de un establecimiento veterinario en el sector Santa Rita D.M.Q, periodo 2015, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera", por haberme dado la oportunidad de superarme profesionalmente.

La institución puede hacer uso del proyecto como estime conveniente.

Wendy Nathaly Chauca Untuña
C.I 1751551571



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, sabiduría y entendimiento para permitirme cumplir una meta en mi vida.

Agradezco a mis padres José Chauca y Gloria Untuña por enseñarme que en la vida existen retos y desafíos que pueden ser vencidos. Ellos son el motivo y el pilar más fundamental de mi vida. a mis hermanos Edison, Katty, Karla y Gaby les agradezco por su cariño, amor, alegría y porque cada día me alientan a seguir adelante

Agradezco a mi novio Andrés por el apoyo y el amor incondicional que me han impulsado a seguir luchando en la vida.

Agradezco a toda mi familia por alentarme en cada paso que doy y enseñarme que el apoyo más incondicional es de las personas que verdaderamente me aprecian.

Agradezco a Eco. Jessica y a Eco. Lenin por los consejos éticos y palabras de aliento que me han impulsado a cumplir un objetivo fundamental en mi vida.

Agradezco a la Institución y a mis maestros que me brindaron conocimientos tanto éticos como profesionales y que a más de eso me enseñaron que antes de ser un buen profesional tengo que ser una excelente persona.



Dedicatoria

A Dios por darme salud y vida

A mi familia por sustentarme y apoyarme
en todo momento y en cada adversidad

A mi novio por apoyarme
incondicionalmente

A todos mis seres queridos que me han
animado e impulsado a seguir adelante



INDICE GENERAL

DECLARATORIA DE APROBACION TUTOR Y LECTOR.....	I
DECLARATORIA.....	II
CESIÓN DE DERECHOS.....	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
INDICE GENERAL.....	VI
INDICE DE TABLAS.....	VII
INDICE DE FIGURAS	VIII
INDICE DE ILUSTRACIONES	IXX
RESUMEN EJECUTIVO	X
ABSTRAC	XII
CAPITULO I.....	1
1.01 JUSTIFICACIÓN	1
1.02 ANTECEDENTES.....	4
CAPITULO II	7
ANALISIS SITUACIONAL.....	7
2.01 MACRO ENTORNO.....	7
2.01.01 Factor Económico	8
2.01.02 Factor Social	14
2.01.03 Factor Tecnológico	19
2, 01,04 Factor Ambiental	20
2.01.05 Factor Político-Legal	21
2.02. MICRO ENTORNO	24
2.02.01 Cinco fuerzas de PORTER	24
2.03. ANALISIS INTERNO	31
2.03.01 Propuesta Estratégica.....	31
2.03.02 Filosofía Institucional	34
2.03.05 Políticas internas	38
2.03.06. Gestión Operativa	41
2.04. ANÁLISIS FODA	42
2.04.01 Matriz de Análisis FODA	43
CAPITULO III.....	48
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	48
3.01.01 Población	49
3.01.02 MUESTRA	49



3.01.03 Análisis de información	51
3.02 OFERTA	61
3.02.01 Oferta Histórica.....	61
3.02.02 Oferta Actual.....	61
3.02.03 Oferta proyectada.....	62
3.03 DEMANDA	62
3.03.01 Demanda Histórica	62
3.03.02 Demanda Actual	63
3.03.03 Demanda Proyectada	63
3.04 BALANCE OFERTA DEMANDA	64
3.04.01 Balance Actual.....	64
3.04.02 Balance Proyectado.....	65
CAPITULO IV	66
4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO	66
4.01.01 Capacidad instalada	66
4.01.02 capacidad optima	66
4.02 LOCALIZACIÓN	69
4.02.01 Macro localización.....	69
4.02.02 Micro localización	70
4.02.03 Localización optima	70
4.02.03 Meso localización	71
4.03. INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	72
4.03.01 Definición de B y S.....	72
4.03.02 Distribución de la planta	72
4.03.03 Proceso de Comercialización.....	76
4.03.03 Maquinaria y equipos	77
4.03.04 Aspecto legal.....	79
CAPITULO V	80
5.01 INGRESOS	80
5.01.01 Ingresos operacionales	80
5.01.02 Ingresos no operacionales.....	81
5.02 COSTOS	81
5.02.01 Costos directos	81
5.02.02 Costos indirectos.....	82
5.02.03 Gastos administrativos.....	82
5.02.04 Gastos financieros.....	85
5.02.05 Gastos de ventas.....	87
5.03 INVERSIÓN DEL PROYECTO	88
5.03.01 Activos Fijos	88
5.03.02 Activos nominales.....	89
5.03.03 Capital de trabajo	89
5.03.04 Estado de situación inicial	90



5.03.05 Fuentes de financiamiento	91
5.04 PRONOSTICO FINANCIERO.....	91
5.04.01 Estado de pérdidas y ganancias	92
5.04.02 Flujo de caja.....	93
Tabla 63 Flujo de Caja.....	93
5.04.03 Punto de equilibrio.....	94
5.05 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	95
5.05.01 T (MAR)	95
5.05.02 Valor Actual Neto.....	96
5.05.03 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	96
5.05.04 Razón Costo/ Beneficio	97
5.05.05 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	98
5.05.06 Coeficientes Financieros.....	98
CAPITULO VI.....	100
7.01 IMPACTO AMBIENTAL	100
7.02 IMPACTO SOCIAL	101
7.03 IMPACTO ECONÓMICO	102
7.04 IMPACTO PRODUCTIVO	103
CAPITULO VII	104
7.01 CONCLUSIONES	104
7.02 RECOMENDACIONES	106
7.03 REFERENCIAS	107
7.04 ANEXOS	111



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIB	8
Tabla 2 Tasa de Interés Activa.....	10
Tabla 3 Inflación	12
Tabla 4 Desempleo.....	14
Tabla 5 Pobreza.....	16
Tabla 6 PEA	17
Tabla 7 Riesgo País	21
Tabla 8 Proveedores	28
Tabla 9 Matriz FODA	43
Tabla 10 Matriz MEFI	44
Tabla 11 Matriz MEFE	45
Tabla 12 Matriz MAFE.....	46
Tabla 13 Muestra.....	49
Tabla 14 Pregunta 1	51
Tabla 15: Pregunta 2	52
Tabla 16 Pregunta 3	53
Tabla 17 Pregunta 4	54
Tabla 18 Pregunta 5	55
Tabla 19 Pregunta 6	56
Tabla 20 Pregunta 7	57
Tabla 21: Pregunta 8	58
Tabla 22 Pregunta 9	59
Tabla 23 Pregunta 10	60
Tabla 24 Oferta Histórica.....	61
Tabla 25 Oferta Actual.....	61
Tabla 26: Oferta Proyectada.....	62
Tabla 27 Demanda Histórica.....	62
Tabla 28 Demanda Actual.....	63
Tabla 29 Demanda Proyectada.....	63
Tabla 30 Balance Actual	64
Tabla 31 Demanda del Proyecto	64
Tabla 32 Balance Proyectado.....	65
Tabla 33 Capacidad Optima.....	67
Tabla 34 Sueldo del Personal.....	68
Tabla 35 Rol de Pagos.....	68
Tabla 36 Escala de Ponderación	71
Tabla 37 Tabla de Ponderación.....	71
Tabla 38 Equipos de Computación	77
Tabla 39 Equipos de oficina.....	77
Tabla 40 Muebles y Enceres	78
Tabla 41 Otros Equipos.....	78
Tabla 42 Ventas Anuales	80



Tabla 43 Costos Directos	81
Tabla 44 Costos Indirectos.....	82
Tabla 45 Gastos Administrativos	82
Tabla 46 Rol de Pagos.....	83
Tabla 47: Depreciación de Equipos de Oficina.....	83
Tabla 48 Depreciación Muebles y Enceres	84
Tabla 49 Depreciación Equipos de computación.....	84
Tabla 50 Gastos Financieros	85
Tabla 51 Tabla de Amortización.....	86
Tabla 52: Interés del Préstamo	86
Tabla 53 Gastos de Ventas	87
Tabla 54 Promociones.....	87
Tabla 55 Activos Fijos	88
Tabla 56 Activos Nominales	89
Tabla 57 Capital de Trabajo	89
Tabla 58 Balance General "DOGGILANDIA"	90
Tabla 59 Fuentes de Financiamiento.....	91
Tabla 60 Porcentajes para Proyectar	91
Tabla 61 Estado de P y G.....	92
Tabla 62 Impuesto a la Renta.....	93
Tabla 63 Flujo de Caja	93
Tabla 64 Costos y Gastos.....	94
Tabla 65: T (MAR)	95
Tabla 66 VAN.....	96
Tabla 67 TIR	96
Tabla 68 T(MAR) – VAN – TIR	97
Tabla 69 Razón C/B	97
Tabla 70 PRI	98
Tabla 71 Margen Bruto	98
Tabla 72 Margen Neto	99



INDICE DE FIGURAS

Figura 1: PIB	9
Figura 2 Tasa de Interés Activa	11
Figura 3: Inflación..	13
Figura 4: Desempleo.	15
Figura 5 Índice de pobreza.	16
Figura 6: PEA	18
Figura 7 Riesgo País.	22
Figura 8: Pregunta N° 1 Encuestas.	51
Figura 9: Pregunta N° 2 Encuestas.	52
Figura 10 Pregunta N° 3 Encuestas.....	53
Figura 11 Pregunta N° 4 Encuestas.....	54
Figura 12 Pregunta N° 5 Encuestas.....	55
Figura 13 Pregunta N° 6 Encuestas.....	56
Figura 14 Pregunta N° 7 Encuestas.....	57
Figura 15 Pregunta N° 8 Encuestas.....	58
Figura 16 Pregunta N° 9 Encuestas.....	59
Figura 17: Pregunta N° 10 Encuestas)	60
Figura 18 Financiamiento de la inversión	91
Figura 19 Punto de Equilibrio	95



INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cinco fuerzas de Porter.....	25
Ilustración 2 GOLDEN PET	29
Ilustración 3 VET – ZUR.....	30
Ilustración 4 Parte externa del tríptico	33
Ilustración 5 Parte interna del tríptico	33
Ilustración 6 Volante DOGGILANDIA.....	34
Ilustración 7 Nombre y eslogan de “DOGGILANDIA”.....	34
Ilustración 8: Gestión Administrativa.	39
Ilustración 9 Organigrama Empresarial	41
Ilustración 10 Macro localización	69
Ilustración 11 Micro localización	70
Ilustración 12 : Localización Óptima.....	70
Ilustración 13: Distribución de la Planta.	74
Ilustración 14: Distribución de la Planta en 3D. :	75



RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto da a conocer el estudio de factibilidad para la creación de un establecimiento de productos veterinarios en el sector Santa Rita barrio San José el cual se deduce en siete capítulos, los seis primeros capítulos detallan el análisis preliminar de la idea del proyecto para verificar su viabilidad e identificar la alternativa óptima para su ejecución.

Dentro de la pre-factibilidad se realizan los estudios de mercado, técnico, legal, administrativo, socioeconómico y financiero, los cuales han permitido identificar que el Sector Santa Rita cuenta con un mercado objetivo de clase socio económica media considerando que se preocupen por el cuidado y bienestar de sus mascotas. Mediante la aplicación de una encuesta de determino que la aceptación que presentan los moradores hacia el establecimiento es del 80%.

En el aspecto técnico se describe la capacidad óptima e instalada del establecimiento de donde se dice que "DOGGILANDIA" se encuentra ubicado en el sector Santa Rita Barrio San José Calle Alfredo Escudero y Ambuqui. También se detallan los equipos e insumos adecuados con los que cuenta la empresa para la comercialización correcta de productos veterinarios a su vez la disponibilidad de personal altamente calificado que cumpla con las actividades operativas de la organización



Finalmente mediante el estudio financiero se dice que la creación de “DOGGILANDIA” es factible tomando en consideración los coeficientes que miden la rentabilidad de los cuales se obtiene un VAN positivo de \$ 5293.82 es decir que tiene liquidez. Un TIR del 40 % superior al T (MAR) de 19%. El periodo de recuperación de la inversión será en 2 años, 10 meses y 8 días. Presenta un costo beneficio de 1.52 esto quiere decir que por cada dólar que invierta va a ganar 0.52 ctvs. Estos factores determinan que el proyecto es totalmente rentable, viable, factible y sustentable.



ABSTRAC

The present project sends to know the feasibility study for the creation of an establishment of products veterinaries at the sector Santa Rita swept San Jose which deduces itself in seven chapters, the six first chapters they detail the preliminary analysis of the idea of the project to verify his viability and to identify the optimal alternative for his execution.

The market researches, technician accomplish feasibility themselves, legal, administrative, socioeconomic within the pre and financier, which have allowed identifying that the Sector Santa Rita has an objective market of classroom member cheap to run stocking considering that they get worried for care and his pets' well-being. By means of the application of an opinion poll of I determine that the approval that the residents toward the establishment present comes from the 80 %.

You describe the optimal capability in the technical aspect and installed of the establishment of where it is said that DOGGILANDIA finds itself located at the sector Santa Rita Barrio San Jose street Alfred Escudero and Ambuqui. Also the teams and raw materials made suitable with the ones that the company for the correct commercialization of products tells veterinaries in turn detail the availability of staff highly branded that abide by the operating activities of the organization themselves



Finally intervening the financial study it is said that DOGGILANDIA's creation is feasible taking into consideration the coefficients that they measure profitability of whom obtains itself one \$ 5293.82 that means that you have liquidity GO positive from. The TIR is positive 40% superior that T(MAR) is 19%. The period of recuperation of investment will be in 2 years, 10 months and 8 days. A cost presents benefit of 1, 82 this wants to say than the fact that you invest is going to earn 0, 82 ctvs. For each dollar these factors determine that the project is totally profitable, viable, feasible and sustainable.



CAPITULO I

1.01 Justificación

La intervención de los establecimientos de productos veterinarios aparecen después de los establecimientos farmacéuticos, como la medicina ha ido evolucionando sabemos que los animales también tienen derecho a la salud y el cuidado es por ello que se ha tomado en cuenta el realizar estudios para brindar beneficios de este tipo.

Las farmacias veterinarias o establecimientos de productos veterinarios almacenan diversidad de productos para satisfacer las necesidades farmacéuticas de los animales, con una amplia variedad de medicamentos para tratar y prevenir eficazmente un sin número de padecimientos.

La medicina veterinaria es tan antigua y ha venido creciendo exponencialmente en los últimos años debido a la disponibilidad de los nuevos avances técnicos en el diagnóstico y en la terapia para muchas especies animales.

Chillo Gallo, es una de las parroquias más grandes de la Ciudad de Quito. Compuesta por algunos barrios populares del sector. Su alto nivel de crecimiento poblacional ha hecho que esta parroquia sea un lugar altamente comercial, sobre todo en sus sectores centrales. (Wikipedia, 2015)

Santa Rita ha sido considerada principalmente como un sector propicio para instalar el establecimiento de productos veterinarios ya que está cerca al centro comercial el Costo y con mayor oportunidad de negocio el Parque Lineal Río Grande en el cual las personas disfrutan con sus familias y por ende llevan a sus mascotas. Actores a los cuales se podrá ofrecer los servicios de salud con un mayor acceso a los recursos, medicinas y productos veterinarios afines a la actividad.

El proyecto está dirigido en base a satisfacer las necesidades de los moradores con respecto a la falta de establecimientos de productos veterinarios, esta oportunidad se la complementará brindando una buena atención, ofreciendo variedad de productos de calidad a precios competitivos parámetros que han sido tomados en cuenta como un factor importante para los consumidores.

El objetivo principal es la creación de una empresa totalmente nueva, con la venta de productos veterinarios ya existentes con un servicio personalizado de calidad.



Factores que han sido tomados en cuenta para generar un impacto debido a que no existen negocios con este tipo de servicio en el sector. Dado esto se realizará un análisis de mercado que conquiste la aceptación de los consumidores a un precio y en el volumen suficiente para que el negocio rinda beneficios

Con la implementación del establecimiento se busca obtener una expansión del mercado de tal magnitud que alcancen a atenderlo adecuadamente debido al incremento de demanda que se genere.

1.02 Antecedentes

En la tesis realizada por (Moreno.A, 2015) Con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CLINICA VETERINARIA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN DEL D.M.Q. Proyecto de inversión previo a la obtención del título de tecnóloga en administración de boticas y farmacias en el ITSCO. Quito –Ecuador

Detalla que los servicios de mascotas en los últimos tiempos han tenido un significativo crecimiento, debido a que las personas hoy en día les consideran como un miembro más dentro de la familia y se interesan por darles especiales cuidados y atenciones para mejorar su calidad y duración de vida. En el proyecto propuesto se da a conocer el tipo de estudio que requiere la clínica veterinaria dado esto se identificó que se encuentra en auge hoy en día el servicio de salud animal ya que tiene una aceptación del 86% del mercado objetivo. Se analizó la viabilidad técnica operativa del proyecto permitiéndole una ubicación óptima en el sector de estudio Finalmente se concluye que el proyecto de creación de una clínica veterinaria es viable tanto operativa como financieramente.



En la tesis realizada por (Erazo.M, 2013). Con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN LOCAL DE PRODUCTOS AGRO-VETERINARIOS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL CANTÓN CAYAMBE, Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnólogo en administración de boticas y farmacias en el ITSCO. Quito – Ecuador.

Determina que los servicios de mascotas en los últimos tiempos han tenido un significativo crecimiento y han logrado una posición destacada dentro de la sociedad ya que se han convertido en un símbolo importante de status. Factor por el cual se realizó un previo diagnóstico que comprende el análisis situacional de la empresa y se ha determinado que la aceptación del mercado objetivo es de un 82% de clase socio-económica baja, media y alta que gusten de tener mascotas.

Para satisfacer las necesidades del mercado se establece el tamaño del proyecto, la localización óptima, la reingeniería del producto o servicio, equipos, aspectos legales y la viabilidad técnica operativa del proyecto, parámetros que conjuntamente dan a conocer la rentabilidad que genera la empresa con sus determinadas proyecciones.

En si el proyecto se concluye que la creación de un local de productos agro veterinarios en Cayambe es totalmente rentable factible y viable en todos los criterios de evaluación realizados.

En la tesis realizada por (Balseca.C, 2012) Con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA VETERINARIA EN EL BARRIO PICHINCHA, PARROQUIA DE CONOCOTO, D.M.Q. Proyecto de trabajo de Graduación que se presenta como requisito para optar por el título de tecnóloga en administración de farmacias en el ITSCO. Quito –Ecuador

Señala que el proyecto será de gran apoyo y ayuda al barrio pichincha ya que se enfoca en el cuidado y bienestar de la salud de los animales. Da a conocer que el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y aspectos legales aportan de manera significativa en la elaboración del proyecto ya que mediante las investigaciones y encuestas los habitantes del sector han manifestado que aprueban la creación de la farmacia veterinaria. Razón por la cual se crea la organización que brindara el servicio personalizado y capacitado aportando conocimientos para el cuidado y buen trato de los animales de compañía y de consumo. Con la creación del establecimiento se genera fuentes de trabajo que ayudan al crecimiento económico de los moradores del sector

Con estos resultados se demostró la eficacia de poner en marcha un establecimiento de productos veterinarios puesto que es un ente óptimo el saber que la población aporta en el cuidado de los animales.



CAPITULO II

ANALISIS SITUACIONAL

2.01 Macro entorno

El ambiente externo es el conjunto de todos aquellos factores de diversa naturaleza que influyen en la organización, establecimiento o empresa tanto pública como privada de manera directa o indirecta en el cumplimiento de los objetivos. (Negocios, 2014)

Esto se realizará mediante el control de todas las posibles amenazas y oportunidades externas que se presenten para el óptimo funcionamiento de la entidad. Para esto se tomara en cuenta 5 factores principales.

- ❖ Factor económico
- ❖ Factor social
- ❖ Factor tecnológico
- ❖ Factor ambiental
- ❖ Factor Político-Legal

2.01.01 Factor Económico

Es utilizado para conocer los costos de inversión y mediante la relación costo/beneficio determinar una rentabilidad satisfactoria que logre un crecimiento económico y genere mayores fuentes de trabajo. (Astros.J, 2008)

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB):

Es la magnitud macroeconómica que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país. (Genaro.S, 2015)

Tabla 1 PIB

Fuente: PIB (INEC, 2015)

PIB	ANUAL
AÑOS	PORCENTAJE
2011	7,2%
2012	4,2%
.2013	6,8%
.2014	1,4%
.2015	2%

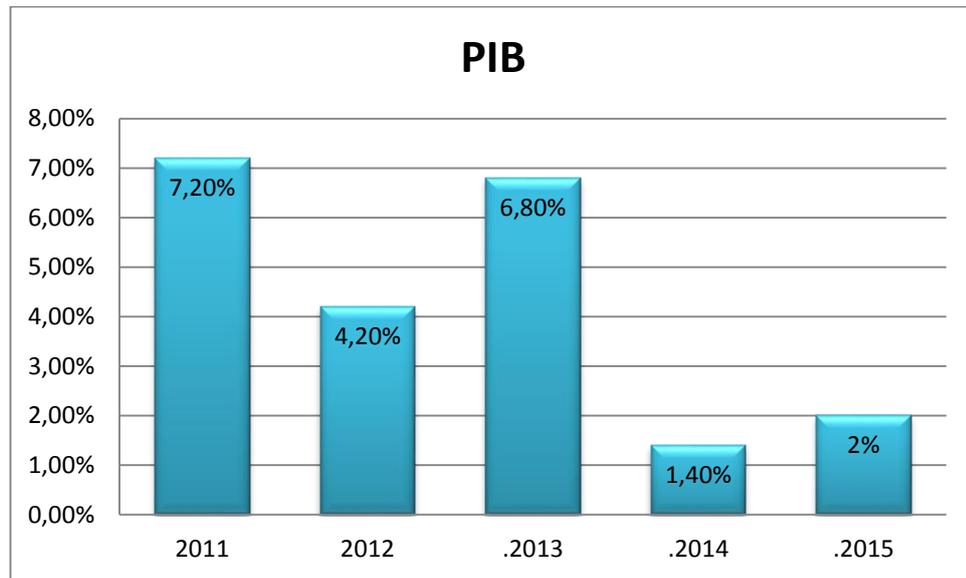


Figura 1: PIB - Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis:

Tomando en cuenta el incremento previsto para el año 2015 en un 2% este indicador resulta una oportunidad, ya que si se eleva el producto interno bruto respecto al año 2014. La competencia nacional beneficia en mayores proporciones al establecimiento de productos veterinarios.

2.01.01.02 Tasa de Interés

Es el valor porcentual que debe pagar un deudor a un acreedor por el uso del dinero adquirido durante un periodo de tiempo determinado. Es fijada por el Banco Central de cada país para implementar en cada préstamo otorgado y así cumplir a cabalidad las actividades financieras. (Avalos.C., 2011)

Tabla 2 Tasa de Interés Activa

Fuente: (BCE, 2015)

TASA DE INTERES ACTIVA	
AÑOS	PORCENTAJE
.2011	8,37%
.2012	8,17%
.2013	8,17%
.2014	8,21%
.2015	8,41%

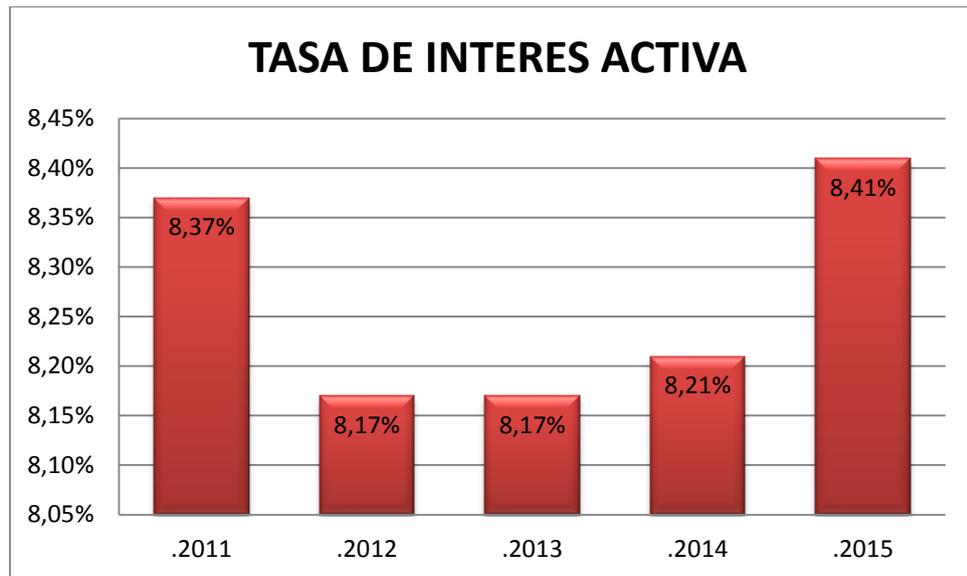


Figura 2 Tasa de Interés Activa- Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis.-

La tasa de interés activa en el último año ha incrementado en un 8.41 % lo cual presenta una amenaza ya que si se otorgan préstamos para abastecer el establecimiento de productos veterinarios el interés a cubrir reducirá mis utilidades al no incrementar los precios de los productos.

2.01.01.03 Inflación

Es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios existentes en el mercado durante un periodo de tiempo, generalmente a un año.

Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios al consumidor en el cual se refleja la disminución del poder adquisitivo ya que por cada unidad monetaria se adquieren menos bienes y servicios. (Gerencie, 2011)

Tabla 3 Inflación

Fuente: (BCE, 2015)

INFLACIÓN	
AÑO	PORCENTAJE
.2011	3,37%
.2012	4,29%
.2013	4,07%
.2014	3.83%
.2015	2.85%

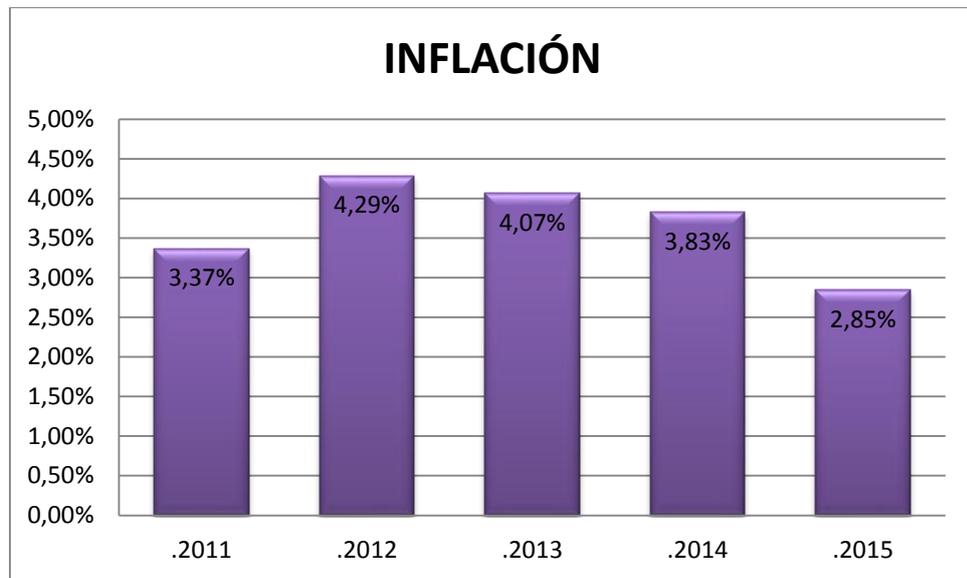


Figura 3: Inflación.. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis:

La figura nos da a conocer que en el mes de junio del 2015 existe una inflación del 2.85% en comparación interanual anterior tenemos una inflación del 3.83% en el cual determinamos una oportunidad debido a que el consumidor puede adquirir variedad de productos a un precio considerable con el bajo porcentaje que presenta la inflación

2.01.02 Factor Social

Es un factor que tiene por objeto identificar la situación socioeconómica de la población mediante las actividades, expectativas, su estilo de vida, nivel de estudios, costumbres, raza, religión, valores éticos, morales, etc. Esto se toma en consideración para que la empresa se adapte a los cambios y pueda prevalecer en el tiempo como una empresa rentable. (Pelaez.F, 2012)

2.01.02.01 Desempleo

Uno de los factores de mayor importancia es el desempleo ya que si los ciudadanos no cuentan con los suficientes ingresos monetarios no tendrán poder adquisitivo y esto a su vez genera una recesión económica en la población.

(Mendoza.M, 2014)

Tabla 4 Desempleo

Fuente: (BCE, 2015)

DESEMPLEO	
AÑO	PORCENTAJE
.2011	6%
.2012	4,90%
.2013	4,70%
.2014	4,30%
.2015	4,35%

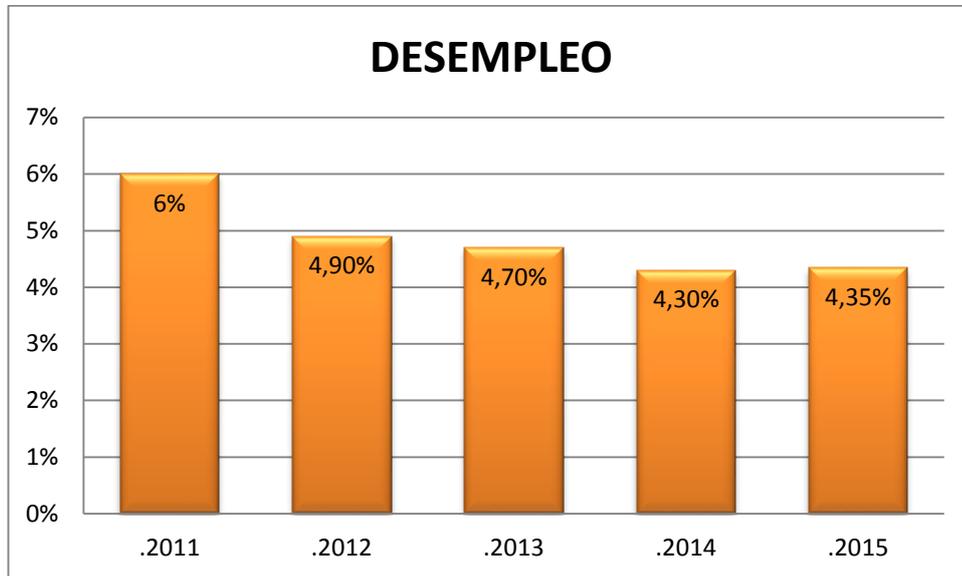


Figura 4: Desempleo. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis.-

Como se pudo determinar la tasa de desempleo en el 2015 presenta un incremento de más de un punto porcentual del 4.35 % con respecto al año anterior, esto presenta una amenaza para nuestra empresa debido a que disminuyen los ingresos en los pobladores y una oportunidad porque el establecimiento de productos veterinarios generara fuentes de trabajo.

2.01.02.02 Pobreza

La pobreza es cuando las personas carecen de recursos necesarios para satisfacer sus necesidades básicas. (Lexus, 2010)

Tabla 5 Pobreza

Fuente: (INEC, 2015)

POBREZA	
AÑOS	PORCENTAJE
.2011	32,40%
.2012	27,31%
.2013	25,55%
.2014	24,55%
.2015	24,12%

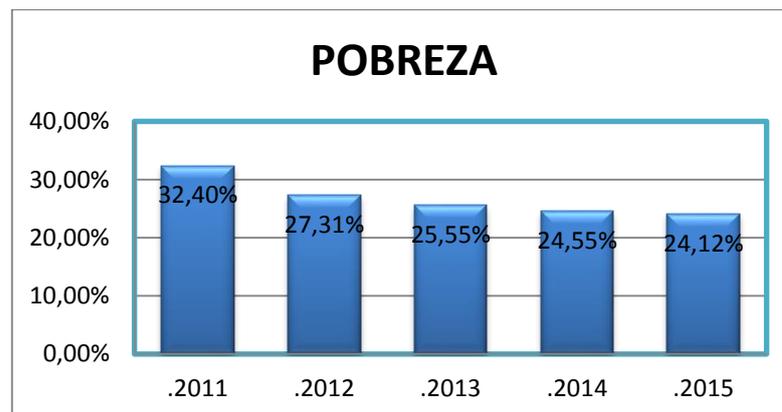


Figura 5 Índice de pobreza. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis:

En el año 2015 la pobreza ha reducido y esto genera una oportunidad a la empresa debido a que los clientes han incrementado el porcentaje de poder adquisitivo y existe consumo de productos en la localidad.

2.01.02.03 Población Económicamente Activa

La PEA es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas económicamente activas son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios. Incluye a las personas que trabajan y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar. (SISE., 2011)

Tabla 6 PEA

Fuente: (BCE, 2015)

PEA	
AÑOS	PORCENTAJE
.2011	44,61%
.2012	45,30%
.2013	46,50%
.2014	47,78%
.2015	48%

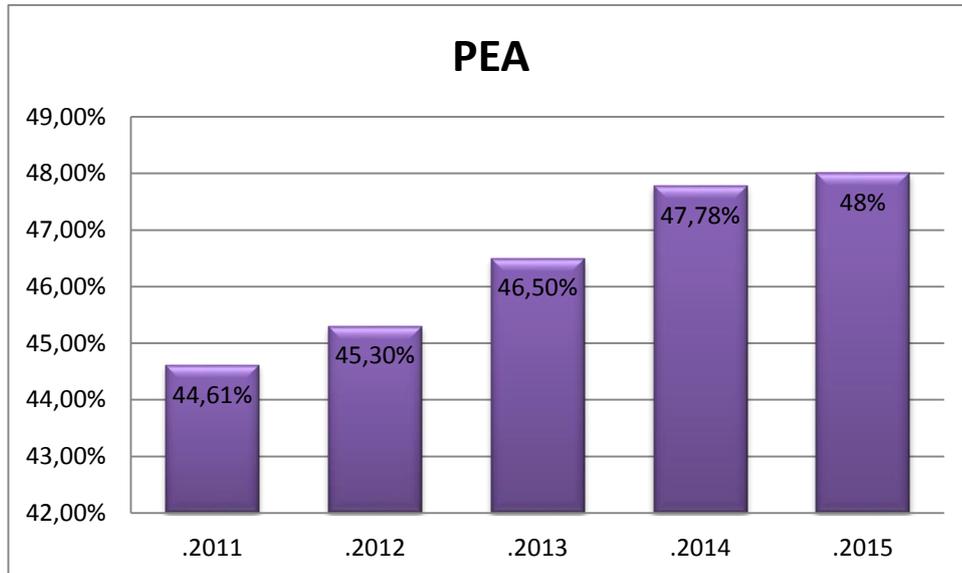


Figura 6: PEA - Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis.-

El incremento de la población económicamente activa representa una oportunidad para la empresa debido a que la población desempeña alguna función en la actividad productiva y de comercialización, esto aporta en el incremento de sus ingresos, los cuales se ven reflejados en el consumo de productos debido al alto poder adquisitivo que posee la sociedad.



2.01.03 Factor Tecnológico

Compuesto por el conjunto de nuevos desarrollos de productos o procesos así como de avances tecnológicos que pueden influir en las actividades de la organización. Si no se toma en consideración el factor tecnológico afecta al entorno empresarial, por lo que una empresa si quiere sobrevivir en el mercado competitivo debe ir a la vanguardia con la tecnología, como mejorando su infraestructura y modernizando maquinaria. (Vera.T, 2013)

Esto presenta una oportunidad para el establecimiento veterinario debido a que mediante un sistema de facturación e inventario en Excel se controla de manera eficiente y eficaz el valor real del stock para actuar de manera consiente en el control empresarial



2, 01,04 Factor Ambiental

Está constituido por todo lo que nos rodea en relación a los recursos naturales y la interacción que tienen los operativos con su medio ambiente laboral, para esto se busca implementar políticas de sanidad cumpliendo con todas las disposiciones del ministerio de ambiente Es importante estar consciente de las precauciones ambientales cuando se prepara un plan de mercado. (Sol Arq, 2010)

Presenta una amenaza ya que las regulaciones a nivel municipal imponen una serie de leyes y normas delimitando lo que las empresas pueden por tanto el establecimiento se regirá de manera estricta a las normas de cuidado ambiental para reducir su impacto.

2.01.05 Factor Político-Legal

El entorno político-legal muestra la cantidad de normas que regulan a las empresas, la aplicación de estas por oficinas de gobierno y el crecimiento de los grupos de interés público. Las decisiones político-legales presionan cambios en la parte de mercadeo (Computergreen, 2009)

2.01.05.01 Riesgo País

Es un concepto económico en el cual se establece el riesgo inherente a operaciones transnacionales y en particular a las financiaciones desde un país a otro. (BCE, 2015)

Tabla 7 Riesgo País

Fuente: (BCE, 2015)

RIESGO PAÍS	
AÑOS	PUNTOS
2008	4731
2009	775
2010	913
2011	846
2012	826
2013	530
2014	592
2015	793



Figura 7 Riesgo País. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis:

En enero 2014, el riesgo país se ubicó en 592 y para el 2015 se ha registrado una puntuación de 793 debido a que se incrementó la percepción de inseguridad sobre la economía ecuatoriana y por diversos factores esto presenta una amenaza para nuestra empresa ya que no se garantiza una inversión segura por el incremento del riesgo país.

2.01.05.02 Aspectos legales

Acatando las leyes que regulan y norman para poder comercializar libremente los productos y servicios sin dejar de lado la importación de los consumidores ya que son la razón de ser de la entidad y a quienes se les tratara bajo las leyes establecidas sin causar ningún perjuicio a la sociedad. (Control Sanitario, 2015)

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento son:

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario y copia del registro único de contribuyentes (RUC). (ley de regimen municipal, 2010)
2. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento. (ley de regimen municipal, 2010)
3. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen. (ley de regimen municipal, 2010)
4. Plano del establecimiento a escala 1:50. Croquis de ubicación del establecimiento. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. (ley de regimen municipal, 2010)
5. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. (MSP, 2015)



2.02. Micro entorno

2.02.01 Cinco fuerzas de PORTER

Es un modelo estratégico elaborado por Michael PORTER que establece un método para analizar el nivel de competencia dentro de una industria y poder desarrollar una estrategia de negocio, nos habla que el modelo de las cinco fuerzas es vital para el éxito de las estrategias que el negocio decida seguir para sobrevivir en el mercado y mediante un análisis del entorno verificar cuan atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad. (George.A, 2008)

PORTER nos enseña a elaborar estrategias y aplicarlas correctamente para tener éxito y derrotar a la competencia y sobretodo posicionarnos dentro del mercado y para esto se toma en consideración las cinco fuerzas de estrategia competitiva o también denominada las cinco fuerzas de Michael PORTER.

Las cinco fuerzas de PORTER

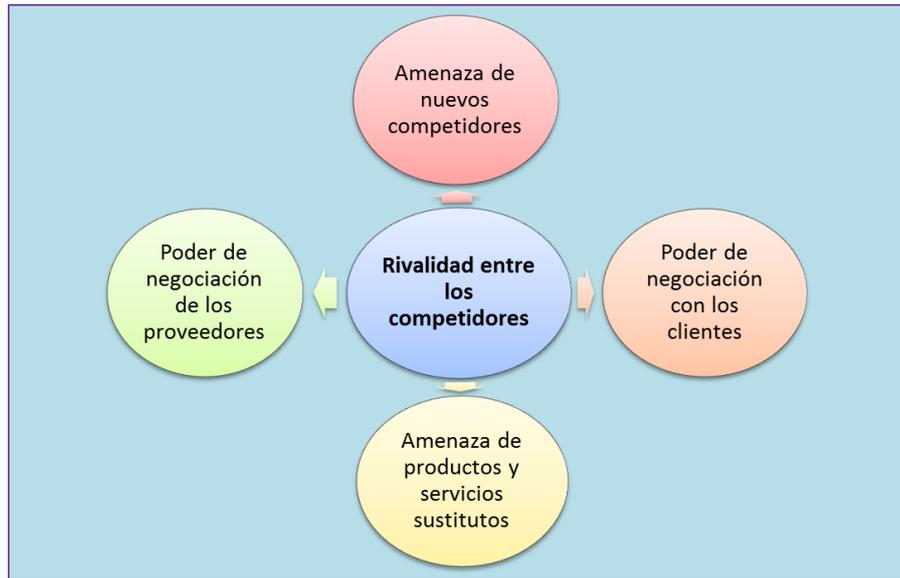


Ilustración 1: Cinco fuerzas de Porter – Elaborado por (Chauca.W, 2015)

2.02.01.01 Amenaza de nuevos competidores

Al ser varias las actividades desarrolladas por el establecimiento de productos veterinarios son pocas las posibilidades de que nazcan negocios que brinden productos o servicios de la misma índole.

Esto genera una oportunidad debido a que emprender proyectos de factibilidad es complicado por el hecho de tener que enfrentarse a un nuevo mercado, el hecho de ser una localidad nueva requiere de una suma cuantiosa de capital para el correcto abastecimiento. El exitoso depende de un estudio de factibilidad que refleje resultados óptimos para el funcionamiento.



2.02.01.02 Amenaza de productos sustitutos

Se analizará la existencia de productos que puedan suplir las necesidades de los clientes.

Esto presenta una oportunidad debido a la mínima existencia de tiendas minoristas que ofrecen productos básicos de mascotas como alimento y accesorios. Pero no se ve la propensión del comprador para sustituir el establecimiento de productos veterinarios, para esto se establece un servicio de calidad que apegue factores negativos hacia la localidad.

Ofrecer un producto y servicio diferenciado que satisfaga el 100% de la necesidad del consumidor, evitando así que los productos sustitutos logren entrar al mercado. Atraer al cliente constantemente y provocar que nuestro establecimiento sea una prioridad muy importante dentro del mercado.

2.02.01.03 Poder de negociación de los clientes

Se observan las características del mercado para determinar la capacidad que tienen los clientes para negociar los precios o servicios ofrecidos por la empresa. (Vinueza.G, 2012)

Los potenciales clientes en el sector Santa Rita barrio San José serán todos los moradores debido a la gran demanda insatisfecha que existe y la falta de stock de la competencia. Por este hecho se le ha tomado como oportunidad para la implementación del establecimiento.

2.02.01.04 Poder de negociación de los proveedores

Se realizará un estudio para determinar la capacidad de los proveedores para incidir en los costos de suministros y a su vez que muestren su eficiencia, eficacia y efectividad al momento de distribuir el producto ya que el éxito del establecimiento de productos veterinarios dependerá en gran medida de la atención y servicio de nuestros proveedores, porque ellos son quienes deberán despachar de manera oportuna y a tiempo todos los productos que serán la base fundamental para mantener un óptimo funcionamiento.

Tabla 8 Proveedores

Fuente: (Paginas Amarillas, 2015)

DISTRIBUIDORES	DIRECCION	TELEFONO
AGROVETERINARIA ANDINA	Telégrafo Primero 221 Y Av. la Prensa,	Teléfono: 2441-295 / 2267-195 Celular: 0991901011
ECUA QUIMICA	Avda. Ilaló Km.1.5 entre Alondras y Cisnes - Vía El Tingo	02-2861690 Mauricio Rossignoli
AMMR VETERINARIOS	Dirección: Urb. Alborada Calle A Y Reinaldo Cruz 24, Calderón, Distrito Metropolitano de Quito	Teléfono: (02) 2829069 Celular: (09) 7653812

Análisis

Es una oportunidad el contar con proveedores que además de entregar productos brinden beneficios a la empresa. Por esta razón se ha desarrollado una organización de compras inteligente y eficaz, con personal capacitado y motivado para contar con un stock suficiente para satisfacer las necesidades de los clientes.

2.02.01.04 Rivalidad entre los competidores

La competencia es un factor que reduce la oportunidad de mercado a establecimientos de su misma índole.

Para esto se ha tomado en consideración dos localidades como:
Consultorio GOLDEN PET y Clínica Veterinaria VET-ZUR

GOLDEN PET



Ilustración 2 GOLDEN PET

Es un establecimiento dedicado a brindar atención a mascotas cuenta con peluquería canica, vacunas y asesoría en nutrición

Ubicación: Av. Cardenal de la Torre E23-124. Teléfono: 0999215875

VET - ZUR



Ilustración 3 VET – ZUR

VET-ZUR es una clínica veterinaria dedicada y especializada en brindar servicio a mascotas cuenta con Medicina General, Vacunas, Cirugías, Limpieza Dental

Ubicación: Av. Mariscal Sucre y Taisha - Teléfonos: 2632626. Cel.:
0994230484

Esto genera una amenaza al establecimiento debido a que los consumidores reconocen a las localidades que ofrecen productos veterinarios en el sector y por ende requieren de sus servicios.

2.03. ANALISIS INTERNO

2.03.01 Propuesta Estratégica

Para realizar la propuesta estratégica se tomara en consideración las 4P debido a que estos factores son una herramienta que ayudan al alcance de los objetivos propuestos de la empresa. (Torre.D & Daza.E, 2013)

2.03.01.01 Producto

Ofrecer productos e insumos veterinarios de calidad con un servicio personalizado que brinde conocimiento especializado en lo que respecta a medicina veterinaria. También se brindara un servicio de peluquería canina para fidelizar a los primeros clientes que ingresen al establecimiento

2.03.01.02 Precio

Brindar productos a precios competitivos de manera que se logre una rápida acogida con reconocimiento en el mercado que ayuden a obtener rentabilidad.

2.03.01.03 Plaza

El establecimiento de productos veterinarios estará ubicado exclusivamente en la parroquia de Chillo gallo sector Santa Rita, barrio San José y Calle Alfredo Escudero. Punto de venta que ha sido tomado en consideración por el aporte comercial que genera.

También se crear una página web, se realizarán entregas de productos a domicilio con la finalidad de que los clientes conozcan el establecimiento y reconozcan la calidad de servicio.

2.03.01.04 Promoción

Dar a conocer e informar acerca de la existencia del nuevo establecimiento de productos veterinarios mediante un evento de inauguración que cuente con afiches publicitarios en la fachada del local. Imprimir y repartir trípticos, volantes, accesorios y materiales que identifiquen a nuestra localidad

Tríptico. Parte externa

DOGILANDIA

PET SHOP

- ❖ Incluye un accesorio gratis
- ❖ Limpieza de uñas
- ❖ Corte de uñas
- ❖ Limpieza superficial de dientes
- ❖ Limpieza de oídos
- ❖ Lo más importante una imagen diferente

NUESTROS SERVICIOS

- ❖ Variedad de productos veterinarios económicos de calidad
- ❖ Alimento de mascotas
- ❖ Accesorios para tu mascota
- ❖ Vacunas
- ❖ Profilaxis dental
- ❖ Asesoramiento en nutrición
- ❖ Atención a domicilio

"DALE A TU MASCOTA UN GUAU DE VIDA"

ESTAMOS UBICADOS EN EL SECTOR SANTA RITA BARRIO SAN JOSÉ - CALLE ALFREDO ESCUDERO Y AMBUQUIT

Llama YA...!!!

- ❖ **Mostrador** - 0999718420
- ❖ **Claro** - 0991680707
- ❖ **Local** - 02284460

DOGILANDIA A TU SERVICIO
Estamos ubicados en el Barrio San José - calle Alfredo Escudero
Contactéanos: 0999718420 - 022844605

Ilustración 4 Parte externa del tríptico Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Tríptico Parte interna

DOGILANDIA

- 1- Asegúrate de que tu mascota tenga un alimento que se adapte a sus necesidades nutricionales.
- 2- Cepillar muy bien su pelo quitando todo pelo muerto y separando todos los nudos Cepilla sus dientes dos veces a la semana para evitar el sarro y mal aliento
- 3- Los perros deben ser desparasitados cada 3 meses y tienes que tener sus vacunas anuales sin importar la edad.
- 4- Báñalo al menos una vez al mes con agua tibia y champo-hipo alergénico. Si tienes un gato, llévalo con tu veterinario para que ahí lo bañen o utiliza champús especiales que no necesitan de agua
- 5- Córtale las uñas a tu perro cada dos meses. Si tienes un gato cómprale un colgante que lo rasguñe.
- 6- Lleva a tu amigo con un veterinario para que lo revisen. ellos requieren de un experto para saber si algo les duele o si están bien.
- 7- juega con tu perro lanzándole un disco volador o cualquier juguete que le puedas aventar. Si tienes un gato emite una luz proyectada con una lámpara en la pared eso les encanta.
- 8- Acostúbralo a salir solo con collar. Si tu mascota no le agrada el collar se recomienda que lo pongas al momento en que estas por llegar a casa, hasta que se acostumbre.
- 9- Los accesorios ideales para alimentar y darle agua a tu mascota están hechos de aluminio porque este material no se oxida y es fácil de asear
- 10- Lo más importante, pasa tiempo conviviendo con tu mascota. Hazle saber que lo amas y tu mascota te amara con toda seguridad

DOGILANDIA A TU SERVICIO
Estamos ubicados en el Barrio San José - calle Alfredo Escudero
Contactéanos: 0999718420 - 022844605

Ilustración 5 Parte interna del tríptico - Elaborado por (Chauca.W, 2015)

Ilustración 6 Volante DOGGILANDIA- Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

2.03.02 Filosofía Institucional

2.03.03.01 Nombre del Establecimiento y Eslogan



Ilustración 7 Nombre y eslogan de "DOGGILANDIA"

Elaborado por: (Chauca.W, 2015)



2.03.03.02 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un establecimiento de productos veterinarios en el sector Santa Rita Barrio San José para brindar un servicios de alta calidad y calidez con la finalidad de ser la empresa líder en el mercado mejorando la calidad de vida de los animales.

2.03.03.03 Objetivos Específicos

- Estudiar el nivel socioeconómico de los moradores del sector Santa Rita y cuantificar la demanda hacia productos veterinarios.
- Realizar un estudio de mercado para determinar el segmento de la población al cual se va a dirigir el establecimiento.
- Determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la creación del establecimiento de productos veterinarios
- Establecer si la creación del establecimiento de productos veterinarios en el sector Santa Rita es económicamente rentable y pertinente en el mercado.
- Contribuir al cuidado y prevención de enfermedades de los animales mediante el uso terapéutico adecuado de medicamentos veterinarios.



2.03.03.04 Misión

Ser la empresa líder en comercialización de productos veterinarios, entregando a los clientes un servicio que se encargue de satisfacer sus necesidades y expectativas cumpliendo con altos estándares de calidad con técnica, eficacia y servicio.

2.03.03.05 Visión

DOGGILANDIA se proyecta en cinco años como una organización líder e innovadora en la comercialización de productos y servicios veterinarios para la salud y bienestar de los animales, teniendo como meta mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y manteniendo la rentabilidad con altos índices de crecimiento que permitan alcanzar los objetivos propuestos.



2.03.04.03 Valores

- Honestidad: ofrecer a los clientes lo que la empresa está en condiciones de cumplir, actuar dentro de la verdad y la justicia.
- Responsabilidad: reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de los actos de nuestra empresa mantenido siempre el plano de lo moral.
- Trabajo en equipo: integrar a cada uno de los miembros de la empresa al grupo laboral, que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo.
- Conducta Ética: actuamos con profesionalidad, integridad, moral, lealtad y respeto tanto en el grupo de trabajo como con el cliente.
- Innovación: promover mejoras continuas para alcanzar la máxima calidad desde criterios de mantener una alta rentabilidad.
- Liderazgo: tener la capacidad de influir en las personas para que desarrollen su talento y sus virtudes.
- Eficiencia: utilizar de mejor manera los recursos para así llegar a nuestras metas y objetivos optimizando todos los recursos.



2.03.05 Políticas internas

- Atención al público: se cuenta con un personal altamente capacitado en dispensar productos veterinarios con las debidas precauciones que aporten calidad al momento de servir al cliente.
- Puntualidad: cumplir los horarios establecidos de llegada 08:00 am y de salida 20:00pm con la finalidad de satisfacer a los clientes en las horas establecidas
- Limpieza general: se debe mantener aseado todo el establecimiento para proporcionar buena imagen corporativa al cliente. A las 8:00am y al momento de cerrar el día laboral 20:00 pm
- Administración corporativa: el personal debe mostrar presencia frente a los clientes es decir llevar el uniforme correcto como el mandil blanco, ropa adecuada que destaquen la imagen de "DOGGILANDIA"

2.03.05.01. Funciones de la Gestión Administrativa

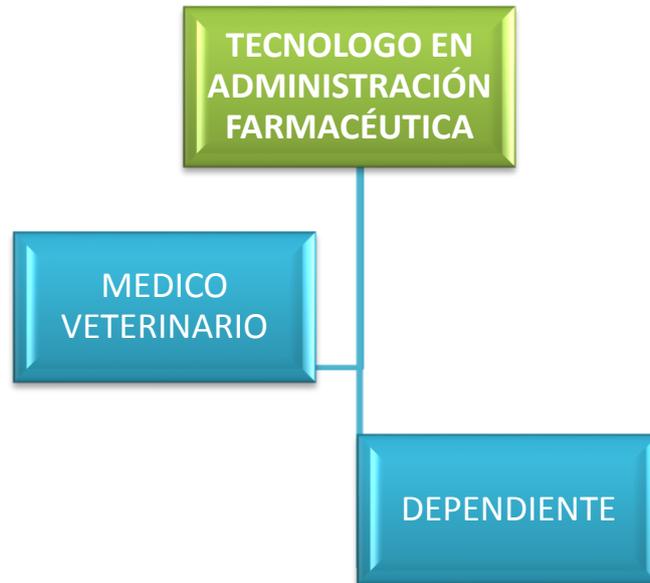


Ilustración 8: Gestión Administrativa. Elaborado por (Chauca.W, 2015)

2.03.05.02 Tecnólogo en Administración Farmacéutica

- a. Apertura y cierre de la farmacia
- b. Realiza el análisis financiero
- c. Administración del personal
- d. Responsable del manejo de existencias
- e. Controla medicamentos caducados
- f. Pago de facturas y recibos
- g. Prepara las declaraciones de impuestos
- h. Establece los precios de venta de los productos veterinario.
- i. Supervisa y distribuye las actividades del personal.



2.03.05.03 Médico Veterinario

- b. Brindar asistencia médica a las mascotas.
- c. Diagnóstico y emisión de la receta de medicamentos
- d. Atención de consultas externas cuando los clientes lo requieran
- e. Lleva registros genealógicos de los animales.
- f. Controla los programas de alimentación, reproducción y ambientación

2.03.05.04 Dependiente

- a. Apertura y cierre de la caja
- b. Aseo y orden del sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- c. Atiende y despacha medicamentos al público en general, de acuerdo a la receta médica.
- d. Clasifica y organiza en los estantes los productos farmacéuticos
- e. Atiende y orienta al público, sobre la posología de los productos.
- f. Recibe y verifica las medicinas que ingresan a la farmacia.
- h. Realiza informes del inventario existente.

2.03.06. Gestión Operativa

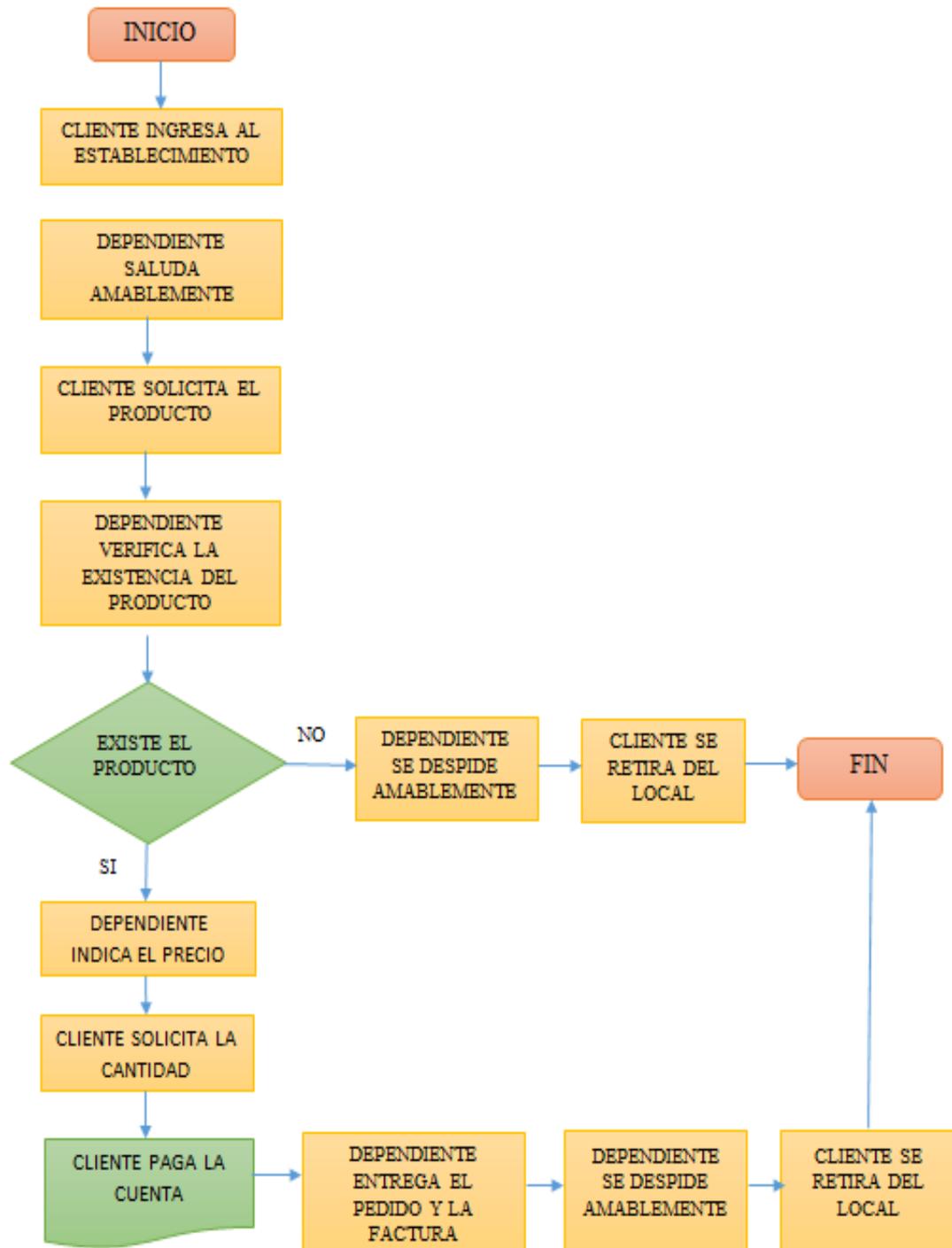


Ilustración 9 Organigrama Empresarial

Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

2.04. Análisis FODA

Es una herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa, con el objetivo de ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. (Ramos.M, 2012)

➤ Análisis interno

- Fortalezas: son capacidades especiales con las que cuenta la empresa y gracias a las cuales tiene una posición privilegiada frente a la competencia
- Debilidades: factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Se da por la falta de recursos, las habilidades que no se poseen y las actividades que no se desarrollan correctamente.

➤ Análisis externo

- Oportunidades: factores positivos favorables que se descubren en el entorno que actúa la organización y que permiten obtener ventajas competitivas.
- Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar la existencia de la organización.

2.04.01 Matriz de Análisis FODA

Tabla 9 Matriz FODA

Fuente: (Chauca.W, 2015)

INTERNOS	EXTERNOS
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">- Buena ubicación geográfica- Infraestructura apropiada- Personal calificado- Precios accesibles	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">- Lugar transitado- Competencia debil- Beneficio para los habitantes- personas que se preocupan por sus mascotas
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">- Nuevos en el sector- Falta de medios tecnológicos avanzados- Falta de reconocimiento en el mercado- Falta de recursos	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">- Amenaza de nuevos entrantes- Aumento de precios por la falta de importacion de productos- Competencia indirecta reconocida en el mercado- Falta de experiencia

2.04.01.01. Matriz de Análisis MEFI

Tabla 10 Matriz MEFI

Fuente: (Chauca.W, 2015)

FACTORES INTERNOS	VALOR	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS			
Buena ubicación geográfica	0,15	4	0,6
Infraestructura adecuada	0,11	2	0,22
Personal calificado	0,13	3	0,39
Precios accesibles	0,16	2	0,32
Subtotal	0,55		1,53
DEBILIDADES			
Nuevos en el sector	0,1	3	0,3
Falta de medios tecnológicos avanzados	0,14	4	0,56
falta de reconocimiento en el emrcado	0,1	2	0,2
Falta de recursos	0,11	3	0,33
Subtotal	0,45		1,39
TOTAL	1		2,92

Análisis:

En la matriz MEFI se obtuvo un ponderado de 2.92 puntos de los cuales las debilidades dan un resultado de 1.39 mientras que las fortalezas dan un total de 1.53 puntaje favorable para la empresa debido a la buena ubicación del establecimiento, la infraestructura adecuada y personal calificado, además de esto se toma como fortaleza el contar con productos accesibles para satisfacer las expectativas del cliente

2.04.01.02 Matriz de análisis MEFE

Tabla 11 Matriz MEFE

Fuente: Elaborado por (Chauca.W, 2015)

FACTORES EXTERNOS	VALOR	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
OPORTUNIDADES			
lugar transitado	0,14	3	0,42
Competencia débil	0,12	4	0,48
Beneficio para los habitantes	0,13	2	0,26
Personas que se preocupan por sus mascotas	0,18	4	0,72
Subtotal	0,57		1,88
AMENAZAS			
Amenaza de nuevos entrantes	0,12	4	0,48
Aumento de precios por la falta de importación de productos	0,12	3	0,36
competencia indirecta reconocida en el mercado	0,1	3	0,3
Falta de experiencia	0,09		
Subtotal	0,43		1,14
TOTAL	1		3,02

Análisis:

En la matriz MEFE se analizaron los factores externos como las amenazas que dan un ponderado subtotal de 1.14 en donde el más relevante es amenaza de nuevos entrantes a partir de nuestra apertura para controlar esto se debe crear estrategias para fidelizar al cliente y motivarles a consumir en nuestro local. Las oportunidades dan un total ponderado de 1.88 siendo favorables para la empresa debido a la falta de competencia directa en el sector y el ente más importantes es que las personas se preocupan por la salud de sus mascotas..

2.04.01.03 Matriz de análisis MAFE

Tabla 12 Matriz MAFE

Fuente: Elaborado por (Chauca.W, 2015)

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buena ubicación geográfica - infraestructura apropiada - Personal calificado - Precios accesibles - Existe financiamiento 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nuevos en el sector -Falta de medios tecnológicos avanzados -Falta de reconocimiento en el mercado -Falta de recursos
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Lugar transitado -Competencia débil -Beneficio para los habitantes -Personas que se preocupan por sus mascotas 	<p>ESTRATEGIA F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer accesibilidad y comodidad al cliente ✓ Ofrecer un servicio innovador para llamar la atención del cliente ✓ Abastecer al establecimiento con variedad de productos de calidad 	<p>ESTRATEGIA D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Publicidad atractiva constantemente ✓ Obtener capacidades tecnológicas ✓ Incentivar a los clientes al cuidado y salud de sus mascotas
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Amenaza de nuevos entrantes -Aumento de precios por la falta de importación de productos -Competencia indirecta reconocida en el mercado -Falta de experiencia 	<p>ESTRATEGIA F- A</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer publicidad mediante páginas web ✓ Comercializar productos de calidad del país con precios accesibles 	<p>ESTRATEGIA D - A</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sobrepasar a la competencia con un alto nivel de servicio ✓ Contar con el personal adecuado que cumpla con el horario de atención al cliente



Análisis:

En la Matriz MAFE se toma en consideración que la estrategia más aceptable para nuestra empresa es el incentivar a los clientes al cuidado y salud de sus mascotas, la cual se realizará mediante motivaciones especiales al cliente que ingrese al establecimiento, también se le otorgara un folleto totalmente gratuito en el cual se detallara información específica acerca de la alimentación adecuada de sus mascotas, el cuidado y limpieza, el tiempo en el cual debe acudir al veterinario, los pasos que se deben seguir para mantener los cuidados especiales y por supuesto incentivarles al cuidado de los animales que se encuentran en la calle.

CAPITULO III

3.01 Análisis del consumidor

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo (Arturo.K, 2015)

La importancia del análisis del consumidor radica en que al conocer las características del consumidor, podemos tomar decisiones o diseñar estrategias que nos permitan atenderlo de la mejor manera posible para que exista una respuesta positiva por parte del consumidor.

Para el establecimiento de productos veterinarios se toma en consideración a consumidores que tengan mascotas y se preocupen por ellas y que a su vez pertenezcan a la población económicamente activa

3.01.01 Población

Sector Santa Rita 25000

Familia= 4

PEA= 48%

Posibles consumidores 3000

$$\frac{25000}{4} = 6250 \times 48\% = 3000$$

Análisis

Para determinar el número de posibles consumidores es decir 3000 en el establecimiento se ha considerado la población económicamente activa en un 48% y el número de personas que conforman una familia es decir 4.

3.01.02 Muestra

Tabla 13 Muestra

Fuente: (INEC, 2015)

DATOS	VARIABLES
Población de la muestra	n= 340
Tamaño de la población	N= 3000
Nivel de confianza	Z= 1,96
Probabilidad a favor	p= 0,5
probabilidad en contra	q=0,5
nivel de error	e= 0,05

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N-1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(3000)}{(0,05)^2(3000-1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(3000)}{(0,0025)(2999) + (3,8416)(0,25)}$$
$$n = \frac{2881,2}{7,4975 + 0,9604}$$
$$n = 340$$

Análisis

Para realizar el estudio de mercado se ha tomado en cuenta que el tamaño de la población es de 3000 pero aplicando la fórmula de la muestra se considera un total de 340 encuestas óptima para el estudio de mercado.

3.01.02.01 Técnicas de obtención de información

La técnica a utilizar en el proyecto es la encuesta que se destaca como el conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población con el fin de conocer diferentes opiniones o hechos específicos.

(Gabriela. P, 2012)

3.01.03 Análisis de información

Pregunta 1

¿Tiene usted mascota?

Tabla 14 Pregunta 1

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	340	100%
NO	0	0,00%
TOTAL	340	100%



Figura 8: Pregunta N° 1 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

En la siguiente pregunta se toma en consideración a la población que tiene mascota y se ha determinado que el 100% es favorable para el establecimiento debido a que genera mayor oportunidad en el mercado.

Pregunta 2

¿Usted está de acuerdo que exista la protección animal Ecuador?

Tabla 15: Pregunta 2

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	201	73%
NO	139	27,00%
TOTAL	340	100%



Figura 9: Pregunta N° 2 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

Es claro que la población se encuentra de acuerdo que exista la protección animal Ecuador tomado como porcentaje el 73% del mercado que consideran y valoran la vida, la salud y la protección de las mascotas. Esto genera una oportunidad para el establecimiento debido al alto interés que existe en los consumidores en el cuidado animal.

Pregunta 3

¿Con que frecuencia lo lleva al veterinario?

Tabla 16 Pregunta 3

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Mensualmente	69	20.00%
Trimestralmente	112	33,00%
Semestralmente	96	28,00%
Anualmente	63	29,00%
TOTAL	340	100%

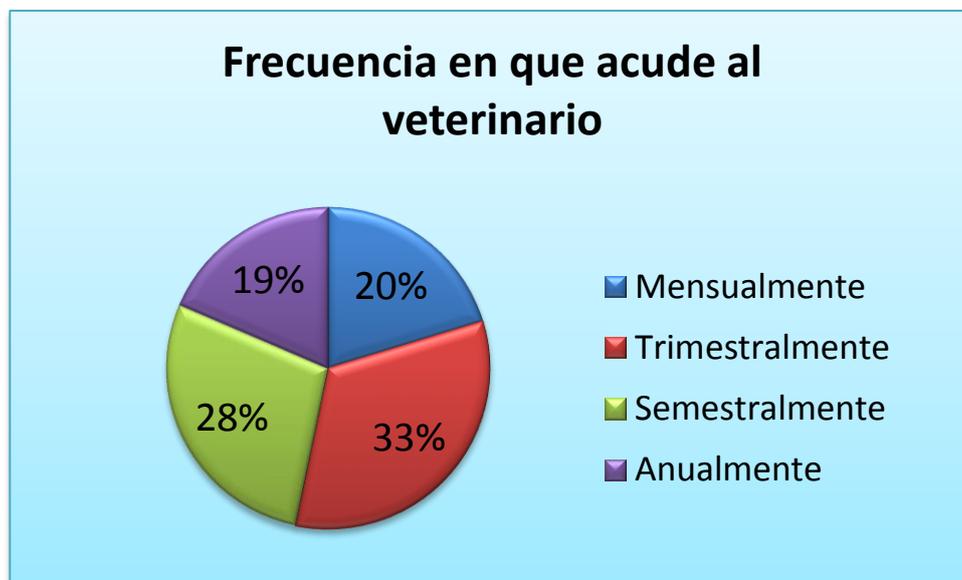


Figura 10 Pregunta N° 3 Encuestas. Elaborado por (Chauca.W, 2015)

Análisis

La frecuencia con la que las personas acuden al Veterinario es trimestralmente en un 33%. Esto genera una oportunidad debido a que los moradores se preocupan por mantener a sus mascotas saludables. Se debe aportar con mayor énfasis a incentivar al cuidado animal para que incremente la frecuencia de asistencia veterinaria y así poder vender productos de la mismo índole.

Pregunta 4

¿Puede acceder fácilmente a los medicamentos recomendados por el veterinario?

Tabla 17 Pregunta 4

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	164	48.00%
NO	176	52,00%
TOTAL	340	100%

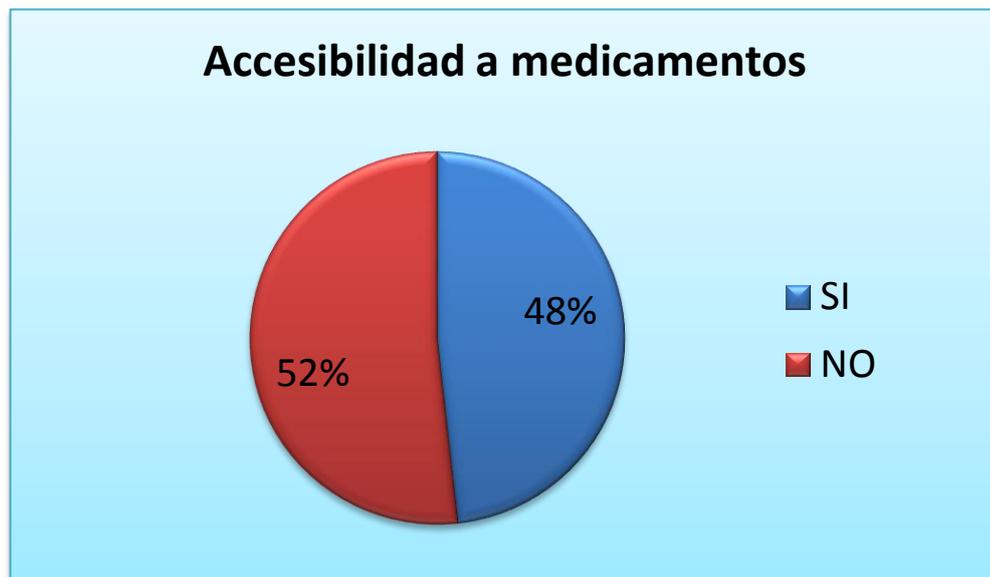


Figura 11 Pregunta N° 4 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

El acceso que tienen los moradores para consumir productos veterinarios es del 48% mientras que el 52 % tienen complicaciones al momento de acceder a los medicamentos. Esto genera una oportunidad debido a que el establecimiento brindara diversidad de productos veterinarios con altos estándares de calidad, buscando así que la satisfacción del cliente sea considerablemente alta.

Pregunta 5

¿Qué productos veterinarios son de su preferencia?

Tabla 18 Pregunta 5

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Genéricos	206	61.00%
Comerciales	134	39.00%
TOTAL	340	100%

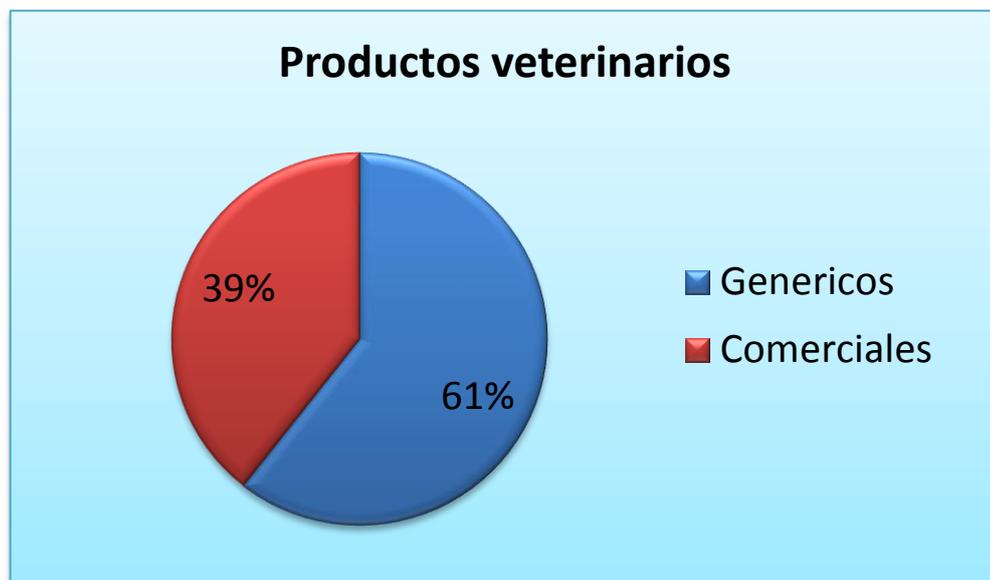


Figura 12 Pregunta N° 5 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

Los productos veterinarios comerciales presentan una aceptación del 39% mientras que los Genéricos de un 61 %. Esto Genera una oportunidad debido a que al momento de funcionar el establecimiento en su mayoría será de medicamentos genéricos ya que son económicos y oportunos para iniciar en el mercado.

Pregunta 6

¿Anualmente cuánto dinero invierte en la salud de su mascota?

Tabla 19 Pregunta 6

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Menos de 80	42	12.00%
De 80-160	76	22.00%
De 160-240	112	33.00%
De 240-320	67	20.00%
De 320-400	24	7.00%
De 400 en adelante	19	6.00%
TOTAL	340	100%

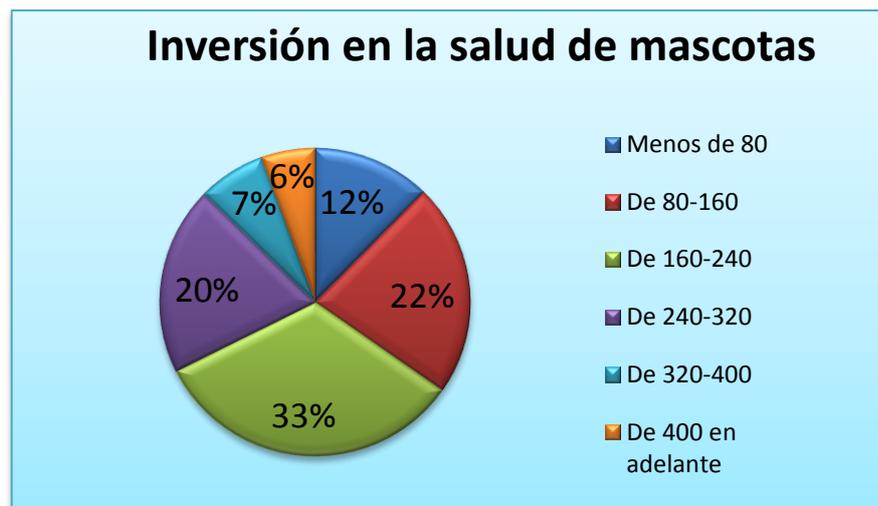


Figura 13 Pregunta N° 6 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

En los datos obtenidos se determina que la población de Santa Rita en un 33% tiende a consumir entre 160 a 240 dólares anuales. Esto genera una oportunidad ya que la población se encuentra en condiciones establemente económicas para consumir productos veterinarios.

Pregunta 7

¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un establecimiento de productos veterinarios en el sector?

Tabla 20 Pregunta 7

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	271	80.00%
NO	69	20.00%
TOTAL	340	100%

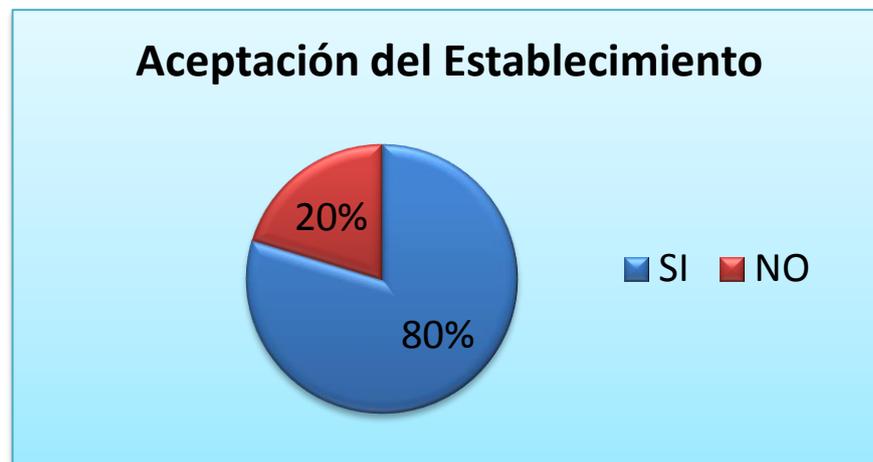


Figura 14 Pregunta N° 7 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

La aceptación del establecimiento de productos veterinarios en el sector dio como resultado que el 80% de los moradores están de acuerdo en la ejecución del proyecto. Esto genera una oportunidad alta debido a que se llevara a cabo la creación de la localidad. Para generar mayor aceptación del establecimiento es necesario generar puntos de venta que proporcionen accesibilidad a los consumidores y así se dé a conocer DOGGILANDIA.

Pregunta 8

¿Cuál es el beneficio más importante que debe poseer un establecimiento?

Tabla 21: Pregunta 8

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Buena atención	61	18.00%
Productos Económicos	103	30.00%
Variedad de Productos	74	22.00%
Accesibilidad	49	14.00%
Confianza	53	16.00%
TOTAL	340	100%

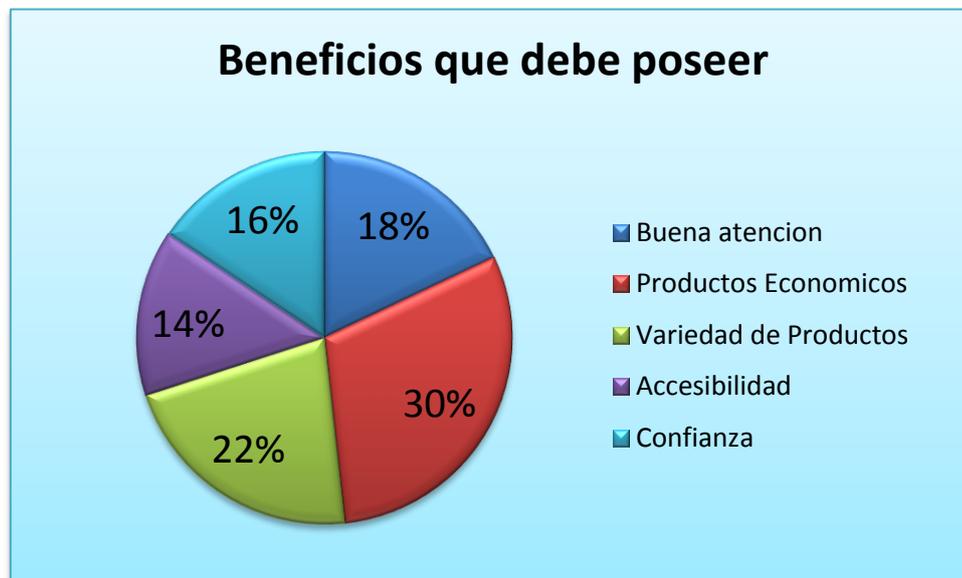


Figura 15 Pregunta N° 8 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

El beneficio que los clientes prefieren son los productos económicos en un 30%, Esto genera una oportunidad debido a que el establecimiento contara con productos accesibles de calidad para el consumidor y un servicio altamente ético en los que respecta a precios confiables.

Pregunta 9

¿Qué servicio implementaría en el establecimiento de productos veterinarios?

Tabla 22 Pregunta 9

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Peluquería canina	128	38.00%
Servicio Estético	84	20.00%
Servicio a domicilio	99	36.00%
Venta de acuarios	29	6.00%
TOTAL	340	100%

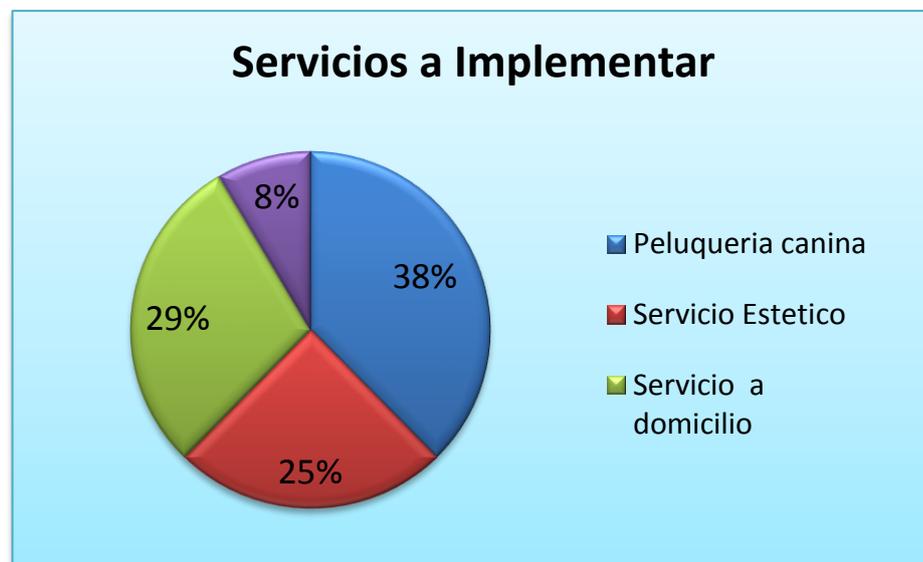


Figura 16 Pregunta N° 9 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

Los servicios que se implementaran en el Establecimiento son la peluquería canina con un 38 % y el servicio a domicilio con un 29 %. Este resultado genera una oportunidad debido a que ofrecer servicios que satisfacen las necesidades de los clientes permitirá que el establecimiento crezca en el mercado.

Pregunta 10

¿Al contar con toda la calidad de servicio asistiría al establecimiento de productos veterinarios?

Tabla 23 Pregunta 10

Fuente: (Chauca.W, 2015)

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	266	78.00%
NO	74	22.00%
TOTAL	340	100%



Figura 17: Pregunta N° 10 Encuestas. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

El porcentaje de las personas que asistirán al establecimiento de productos veterinarios es del 78%. Lo cual genera una oportunidad debido a que se cuenta con la mayoría de moradores para iniciar con el funcionamiento de la localidad. Para incrementar la cantidad de clientes se realizara el mejor impacto posible para satisfacer las necesidades del cliente y así poder fidelizarlo.

3.02 Oferta

3.02.01 Oferta Histórica

Tabla 24 Oferta Histórica

Fuente: (BCE, 2015)

Años	PIB %	Of. Histórica
2011	7,2	127496,4
2012	4,2	137388,36
2013	6,8	143411,65
2014	1,4	153875,16

Análisis.-

Para la elaboración de la oferta histórica se ha tomado en consideración el porcentaje del PIB del sector salud desde el año 2011 hasta el año 2014.

3.02.02 Oferta Actual

Tabla 25 Oferta Actual

Fuente: GOLDEN PET & VET-ZUR

Estable	MENSUAL	ANUAL
GOLDEN PET	27100	325200
VET ZUR	29460	353520
TOTAL	56560	678720

Análisis

La oferta actual ha sido establecida por dos establecimientos en donde Golden Pet recibe 325200 y Vet-Zur recibe 353520 visitas anuales de las cuales la oferta determinada ha sido de 678720. Esto genera una amenaza a la empresa pero se considera que el sector tiene amplias oportunidades en el mercado

3.02.03 Oferta proyectada

Tabla 26: Oferta Proyectada

Fuente: (BCE, 2015)

Años	PIB %	Of. Proyectada
2016	2	159181,2
2017	2	162364,82
2018	2	165612,12
2019	2	168924,36
2020	2	172302,85

Análisis.-

Para proyectar la oferta se tomara en cuenta el promedio del producto interno bruto de la salud desde el año 2015 que se estimara hasta el año 2020 en el cual se obtiene una oferta de 172302.85.

3.03 Demanda

3.03.01 Demanda Histórica

Tabla 27 Demanda Histórica

Fuente: (INEC, 2014)

Años	%Crecimiento. P	D. Histórica
2011	1,44	566926,43
2012	1,42	575209,45
2013	1.40	583495,08
2014	1,37	591780

Análisis

Para determinar la oferta proyectada se ha tomado como base el porcentaje del crecimiento población hasta el año 2014 de donde se obtiene un resultado 591780 posibles consumidores para DOGGILANDIA

3.03.02 Demanda Actual

Tabla 28 Demanda Actual

Fuente: (INEC, 2015)

Posibles consumidores	3.000
promedio de consumo anual	200
total consumo anual	600.000

Análisis

La demanda actual se obtuvo de los posibles consumidores que existen en el sector Santa Rita por el promedio de consumo anual de los moradores con un total de 600000

3.03.03 Demanda Proyectada

Tabla 29 Demanda Proyectada

Fuente: (INEC, 2014)

Años	%Crecimiento	D. Proyectada
2016	1,35	6.081,00
2017	1,35	61.6309,35
2018	1,35	62.4629,53
2019	1,35	63.3062,03
2020	1,35	64.1608,37

Análisis:

Mediante la demanda proyectada se establece que la empresa contara con un promedio alto de consumidores para los 5 años proyectado. Lo cual es favorable contar con cierto tipo de demanda

3.04 Balance Oferta Demanda

3.04.01 Balance Actual

Tabla 30 Balance Actual

Oferta	156.060
Demanda	600.000
D. insatisfecha	-443.940

Análisis

En el balance actual se establece que la oferta es menor que la demanda de lo cual se toma como resultado la demanda insatisfecha en -443.940. considerado como un total óptimo para la empresa

Tabla 31 Demanda del Proyecto

Fuente: (INEC, 2015)

Demanda Insatisfecha	- 443.940
Porcentaje de aceptación 16% que corresponde a la quinta parte del 80%	\$ 71.030,4
demanda del proyecto	\$ 71.030,4

Análisis

El proyecto cuenta con una demanda insatisfecha de 71030.4 que pertenece al 16% de la quinta parte del 80%. Establecido como favorable debido a que satisfacer las necesidades del cliente es la razón por la cual se crea el establecimiento de productos veterinarios

3.04.02 Balance Proyectado

Tabla 32 Balance Proyectado

Año	Oferta proyectada	Demanda Proyectada	Demanda insatisfecha
2015	156060	600000	-443940
2016	159181,2	608100	-448918,8
2017	162364,82	616309,35	-453944,53
2018	165612,12	624629,53	-459017,41
2019	168924,36	633062,03	-464137,67
2020	172302,85	641608,37	-469305,52

Análisis

En el 2020 el balance proyectado de oferta demanda incrementara a 469305.52. Por lo cual se considera favorable para la empresa debido a que la visión de crecer en el mercado está siendo respaldada.



CAPITULO IV

4.01 Tamaño del proyecto

4.01.01 Capacidad instalada

Se refiere a la disponibilidad de infraestructura para producir bienes o servicios, para esto se requiere de una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, maquinarias y equipos para poder procesar la materia prima o brindar un determinado servicio. (Mejia.C, 2013)

4.01.02 capacidad optima

Son los factores condicionales básicos para la implementación del tamaño de una empresa dedicada a producir bienes o servicios. (BBVA, 2012)

Tabla 33 Capacidad Optima*Fuente: (Chauca.W, 2015)*

DETALLE	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Perchas	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Mostrador de caja	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Facturador	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Caja registradora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Refrigerador	1	\$ 475,00	\$ 475,00
Mesa para peluquería	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Tina de baño simple	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Jaulas para mascotas	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Computadora	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Impresora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Silla móvil	2	\$ 15,00	\$ 30,00
sillón	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Extintor	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Sensor de humo fotoeléctrico	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Alarma	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Cortadora de pelo	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Secadora de pelo	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Bozales	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Termómetro Ambiental	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Software de gestión veterinaria	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Rotulo principal	1	\$ 58,00	\$ 58,00
Artículos de oficina	varios	\$ 40,00	\$ 40,00
escritorio en L	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Dispensador de agua	1	\$ 18,00	\$ 18,00
TOTAL	36	\$ 2.242,00	\$ 2.616,00

4.01.02.01 Número de trabajadores**Tabla 34 Sueldo del Personal***Fuente: (Chauca.W, 2015)*

PERSONAL	Numero	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Administrador	1	\$ 600.00	\$ 7.200
Médico Veterinario	1	\$ 100.00	\$ 1.200
Total	2	\$ 700.00	\$ 8.400

4.01.02.02. Rol de pagos**Tabla 35 Rol de Pagos***Fuente: (Chauca.W, 2015)*

ROL DE PAGOS	Administrador	Veterinario
SALARIO	\$ 600,00	\$ 100,00
Aporte Personal 9.45%	\$ 56,70	
Aporte patronal 11,15 %	\$ 66,90	
Décimo tercero	\$ 29,50	
Décimo cuarto	\$ 50,00	
Vacaciones	\$ 25,00	
Total mensual	\$ 828,10	\$ 100,00
Total anual	\$ 9.937,20	\$ 1.200,00
Total Salario Mensual		\$ 928,10
Total Salario Anual		\$ 11.137,20

4.02 Localización

4.02.01 Macro localización

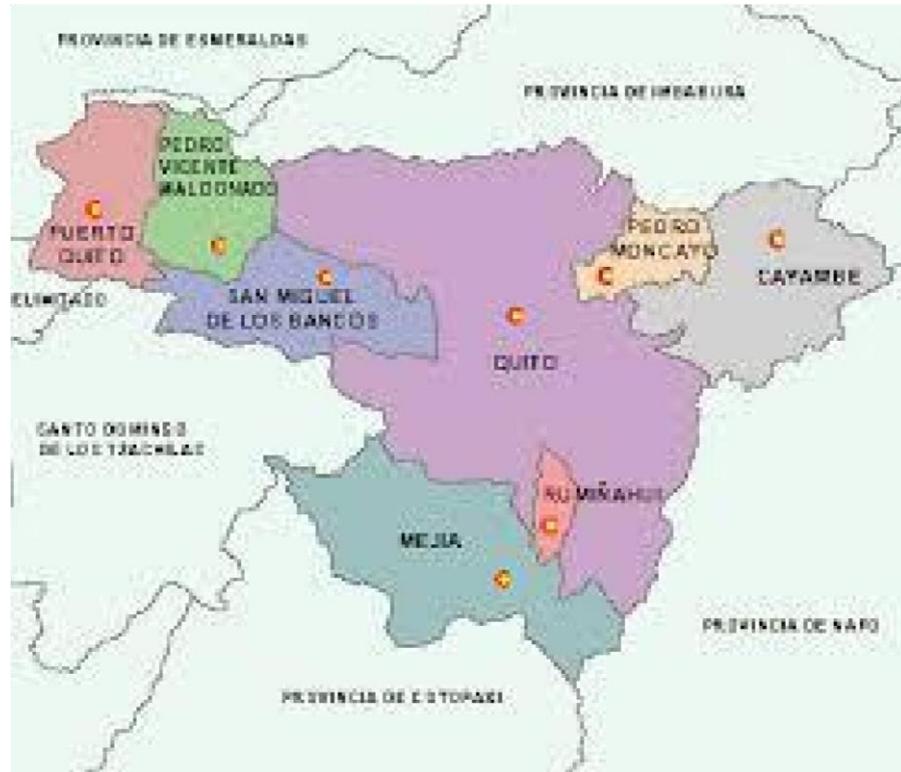


Ilustración 10 Macro localización (Ubicaquito, 2015)

Análisis

El estudio de factibilidad para la creación de un establecimiento veterinario se realizara en la Provincia: pichincha. Cantón: Quito

4.02.02 Micro localización

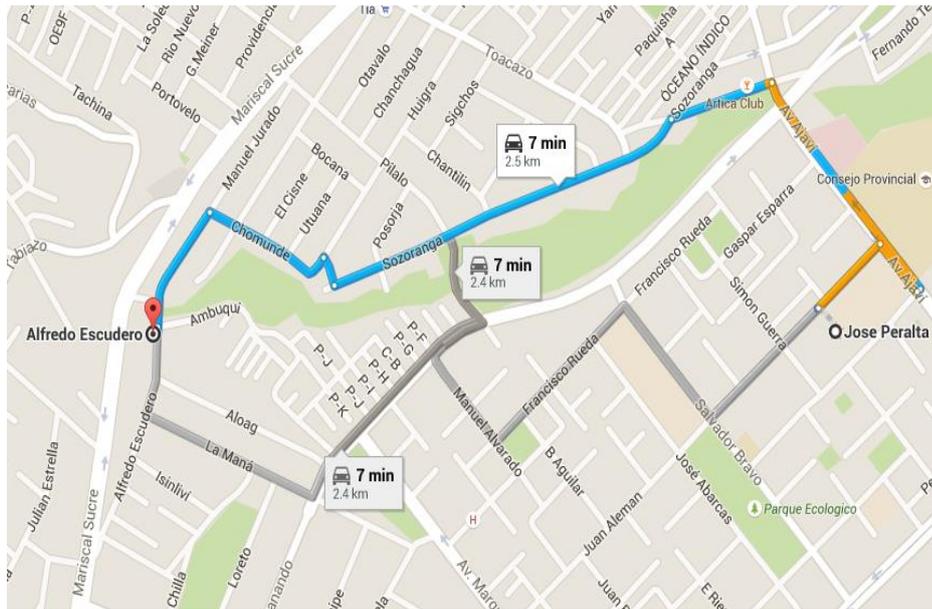


Ilustración 11 Micro localización - (Ubicaquito, 2015) Sector Santa Rita

4.02.03 Localización optima

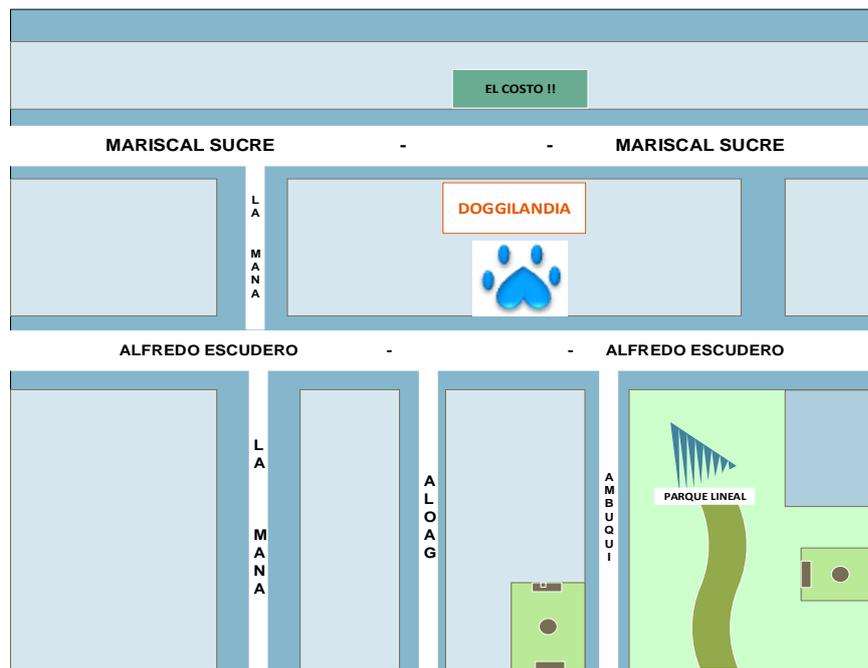


Ilustración 12 : Localización Óptima.- Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

Análisis

El establecimiento veterinario “DOGGILANDIA” estará ubicado en el barrio San José de río grande en la calle Alfredo escudero y Ambuqui

4.02.03 Meso localización

Tabla de ponderación

Tabla 36 Escala de Ponderación

4	Muy significativo
3	significativo
2	Poco significativo
1	Nada significativo

Tabla 37 Tabla de Ponderación

OBSERVACIONES	Sector Biloxi	Ciudadela Ecuatoriana	Santa Rita
Accesibilidad	3	3	4
Nivel de Competencia	3	2	2
Demanda	2	3	4
Reconocimiento	2	3	3
Espacio Físico	1	3	4
Proveedores	3	2	4
Total	13	16	21

Análisis

Mediante la tabla de ponderación se ha podido determinar que el sector Santa Rita presenta diversos factores que influyen a la factibilidad para la creación del establecimiento de productos veterinarios como la accesibilidad, la demanda que posee el sector, el alto nivel de reconocimiento entre otros.

4.03. Ingeniería del producto

4.03.01 Definición de B y S

Los bienes y servicios son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo, se comercian en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda

En la actualidad la venta y compra de servicios representa la mayor parte de las actividades de una economía y es el desarrollo de estos lo que más impulsa el crecimiento económico de la nación (Montoya.D, 2012)

4.03.02 Distribución de la planta

4.03.02.01 Área de almacenamiento:

Lugar específico donde se realiza la ubicación de cada uno de los medicamentos mediante un ordenamiento alfabético, según el nombre genérico, utilizando el correcto etiquetado y actualización de la Lista de medicamentos esenciales lo cual garantice el mantenimiento de las características y propiedades de los productos Incluyen zonas específicas de Stock para mercancías especiales, devoluciones, productos caducados, etc. (Gravity.F, 2014)



4.03.02.02 Área de Administración-

Esta área es la encargada de monitorear, supervisar, y evaluar el funcionamiento adecuado del establecimiento en el aspecto tanto financiero como el administrativo y del personal. Aquí se elaboraran los correspondientes informes administrativos-financieros que establezcan el correcto funcionamiento del establecimiento. (UNIMED, 2012)

4.03.02.03 Área de dispensación.-

Lugar específico donde se realiza el expendio de medicamentos a los pacientes brindando un producto y servicio de calidad. Cuando se despachan productos, es importante aplicar los procedimientos FIFO Y FEFO. (Elias.M, 2013)

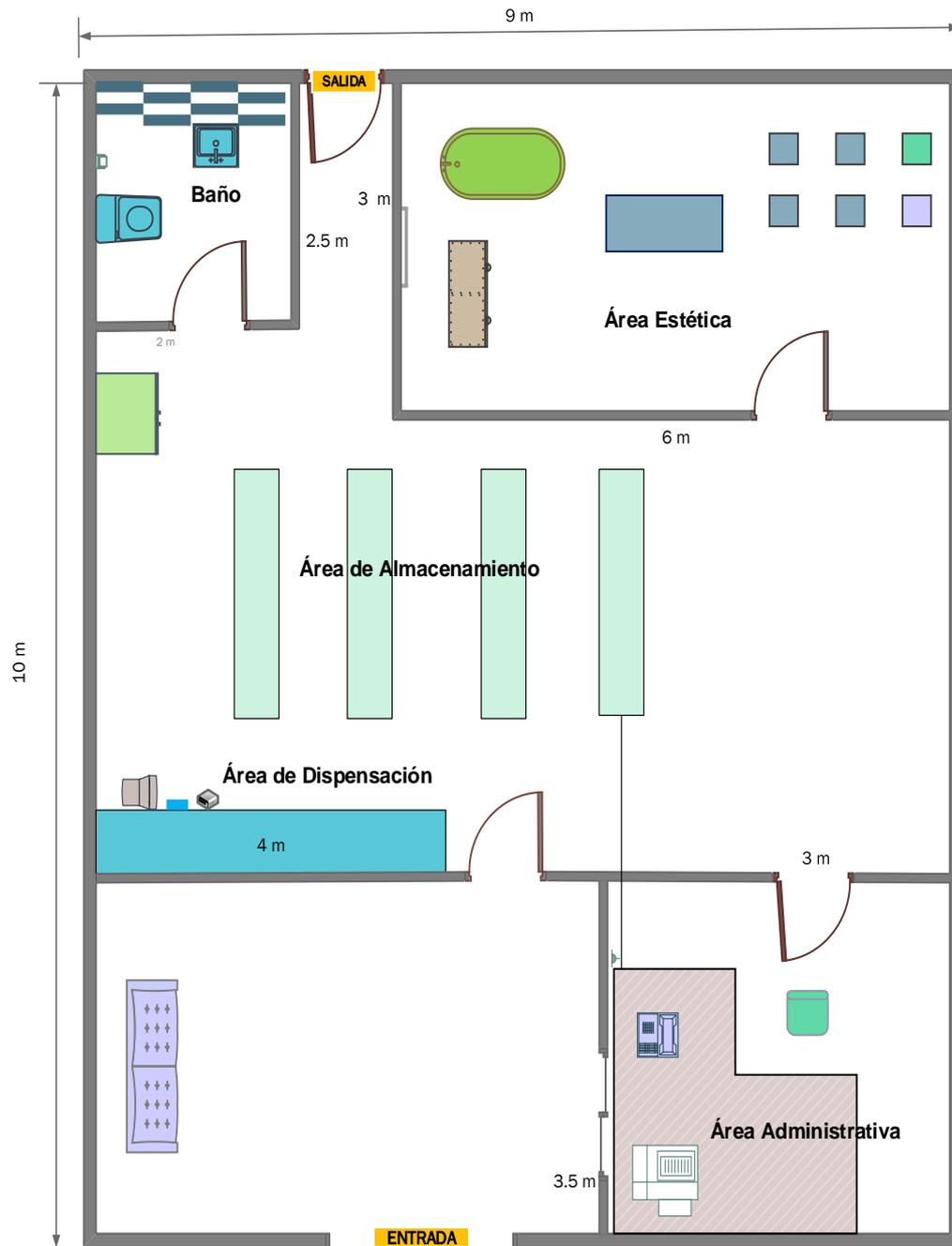


Ilustración 13: Distribución de la Planta. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)



Ilustración 14: Distribución de la Planta en 3D. Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

4.03.03 Proceso de Comercialización

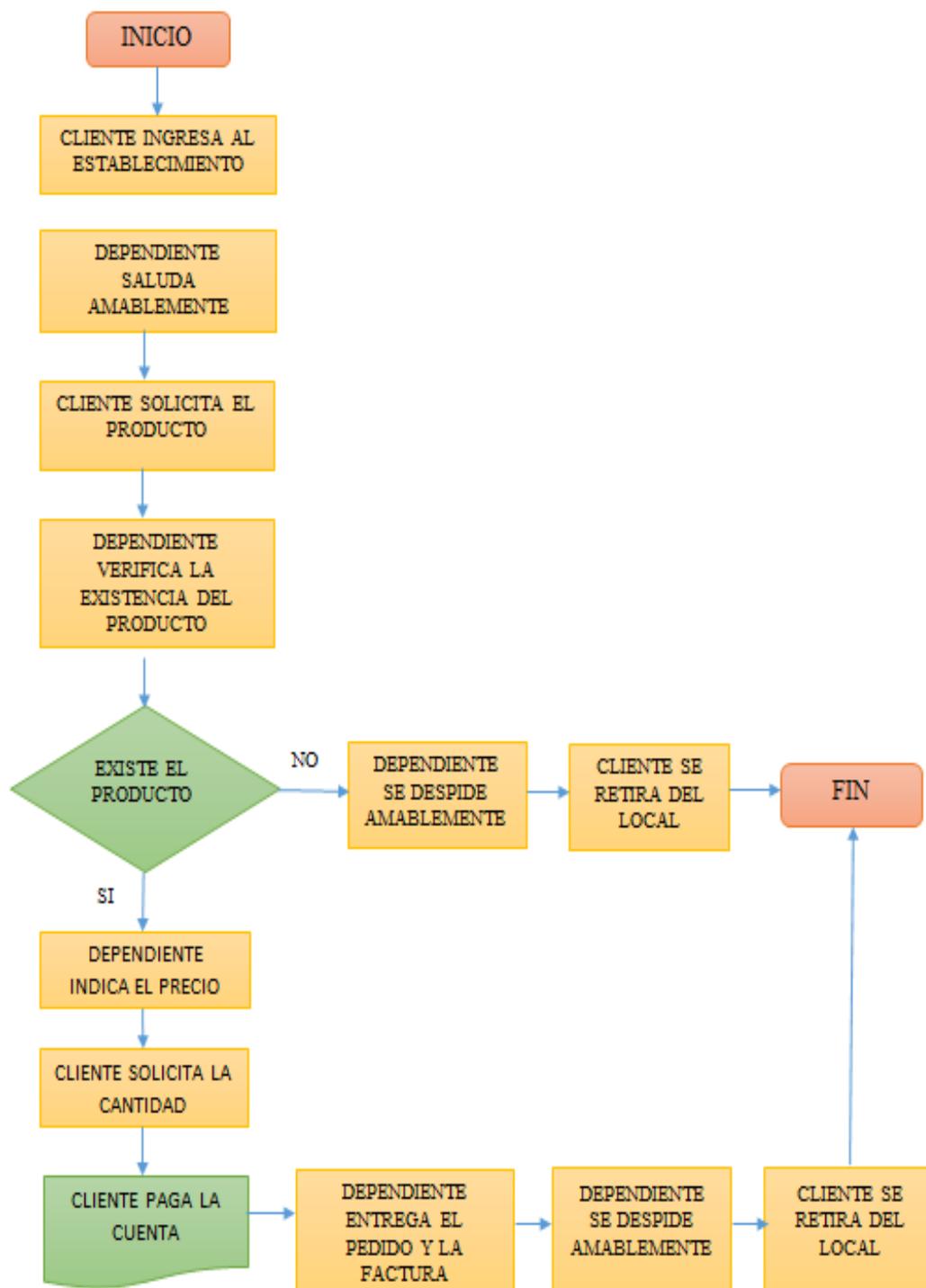


Ilustración 15 Organigrama Empresarial

Elaborado por: (Chauca.W, 2015)

4.03.04 Maquinaria y equipos

4.03.04.01 Maquinaria

DOGGILANDIA es una empresa que se dedica exclusivamente a la comercialización de productos veterinarios por tanto no cuenta con equipos de producción o maquinaria.

4.03.04.02 Equipos

Para la correcta comercialización de productos veterinarios se requieren de los siguientes equipos como:

Tabla 38 Equipos de Computación

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Equipos de computación	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Computadora	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Impresora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Software de gestión veterinaria	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Facturador	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Caja registradora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Total Mensual	5	\$ 615,00	\$ 615,00

Tabla 39 Equipos de oficina

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Equipos de oficina	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Dispensador de agua	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Artículos de Escritorio de oficina	varios	\$ 40,00	\$ 40,00
Termómetro Ambiental	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Alarma	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Sensor de humo fotoeléctrico	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Extintor	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Total mensual	6	\$ 273,00	\$ 273,00

Tabla 40 Muebles y Enceres*Fuente: (Chauca.W, 2015)*

Muebles y Enceres	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Perchas	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Mostrador de caja	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Refrigerador	1	\$ 475,00	\$ 475,00
Mesa para peluquería	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Tina de baño simple	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Silla móvil	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Sillón	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Escritorio en L	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Total mensual	12	\$ 1.185,00	\$ 1.350,00

Tabla 41 Otros Equipos*Fuente: (Chauca.W, 2015)*

Otros Equipos	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Jaulas para mascotas	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Cortadora de pelo	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Secadora de pelo	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Bozales	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Rotulo principal	1	\$ 58,00	\$ 58,00
Total	13	\$ 169,00	\$ 378,00

4.03.05 Aspecto legal

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento son:

- 01 Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- 02 Copia del registro único de contribuyentes (RUC). (ley de regimen municipal, 2010)
- 03 Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda. (MSP, 2015)
- 04 Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen. (MSP, 2015)
- 05 Plano del establecimiento a escala 1:50. Croquis de ubicación del establecimiento. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. (MSP, 2015)
- 06 Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. (MSP, 2015)

CAPITULO V

5.01 Ingresos

Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas que recibe una persona, una familia o una empresa, dependiendo del tipo de actividad que realice. El ingreso total de la empresa de un determinado período de tiempo se obtiene multiplicando la cantidad de productos vendidos por su precio. (Arango.L, 2014)

5.01.01 Ingresos operacionales

El ingreso operacional es una remuneración que se obtiene por realizar una dicha actividad. En este caso los ingresos que posee la empresa son los productos que comercializa y los que el cliente paga a valor de compra, es decir estableciendo el porcentaje de ganancia.

Tabla 42 Ventas Anuales

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Ventas anuales	\$ 71.030,4
Ventas Mensuales	\$ 5.919,2
Ventas Diarias	\$ 197,3

5.01.02 Ingresos no operacionales

Por el momento el establecimiento no cuenta con ingresos otros ingresos a más de la comercialización de productos veterinarios

5.02 Costos

El costo de un producto está formado por el precio de la materia prima, el precio de la mano de obra directa empleada en su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el funcionamiento de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios (Medinez.S, 2014)

5.02.01 Costos directos

Son costos directos todos aquellos relacionados con la materia prima, materiales que se pueden asociar a cada unidad, la mano de obra directa es decir las actividades que realizan los operarios. (Ivnisky, 2015)

Tabla 43 Costos Directos

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Demanda Insatisfecha	443.940
Porcentaje de aceptación 16% que corresponde a la quinta parte del 80% demanda del proyecto	\$ 71.030,4
	\$ 71.030,4

5.02.02 Costos indirectos

Dentro de los costos indirectos se incluyen todos aquellos en los que se incurren para producir, sin entrar en detalle qué proporción corresponde a cada unidad elaborada,

Tabla 44 Costos Indirectos

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Costos indirectos	Valor Mensual	Valor Anual
Útiles de aseo	\$ 30,00	\$ 360,00
suministros de oficina	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono/ Internet	\$ 40,00	\$ 480,00
Total	\$ 110,00	\$ 1.320,00

5.02.03 Gastos administrativos

Permiten el desarrollo eficiente y coordinado de la actividad global de la empresa y se manifiestan contablemente en los denominados gastos de administración que tiene una naturaleza predominante fija. (Paredes.L, 2014)

Tabla 45 Gastos Administrativos

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Gastos Administrativos	Valor total
Sueldo Veterinario	\$ 1.200,00
Sueldo Administrador	\$ 9.937,20
Depreciación Equipos computación	\$ 205,00
Depreciación Equipos oficina	\$ 65,10
Depreciación .Muebles y encerres	\$ 135,00
Arriendo	\$ 1.200,00
Servicios básicos	\$ 1.020,00
Amor. Gastos Constitución	\$ 80,00
Amor. Patente	\$ 40,00
Amor. Permisos Funcionamiento	\$ 60,00
Gastos Administrativos	\$ 13.942,30

5.02.03.01 Rol de pagos

Tabla 46 Rol de Pagos

Fuente: (Chauca.W, 2015)

ROL DE PAGOS	Administrador	Veterinario
SALARIO	\$ 600,00	\$ 100,00
Aporte Personal 9.45%	\$ 56,70	
Aporte patronal 11,15 %	\$ 66,90	
Décimo tercero	\$ 29,50	
Décimo cuarto	\$ 50,00	
Vacaciones	\$ 25,00	
Total mensual	\$ 828,10	\$ 100,00
Total anual	\$ 9.937,20	\$ 1.200,00
Total Salario Mensual		\$ 928,10
Total Salario Anual		\$ 11.137,20

5.02.03.02 Depreciación de los Activos

$$DEP = \frac{VC - VS}{t} = \frac{651 - 0}{10} = 65.1$$

Tabla 47: Depreciación de Equipos de Oficina

Fuente: (Chauca.W, 2015)

AÑOS	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	0	0	651
1	65,1	65,1	585,9
2	65,1	130,2	520,8
3	65,1	195,3	455,7
4	65,1	260,4	390,6
5	65,1	325,5	325,5
6	65,1	390,6	260,4
7	65,1	455,7	195,3
8	65,1	520,8	130,2
9	65,1	585,9	65,1
10	65,1	651	0

$$DEP = \frac{VC - VS}{t} = \frac{1350 - 0}{10} = 135$$

Tabla 48 Depreciación Muebles y Enceres

Fuente: (Chauca.W, 2015)

AÑOS	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	0	0	1350
1	135	135	1215
2	135	270	1080
3	135	405	945
4	135	540	810
5	135	675	675
6	135	810	540
7	135	945	405
8	135	1080	270
9	135	1215	135
10	135	1350	0

$$DEP = \frac{VC - VS}{t} = \frac{615 - 0}{3} = 205$$

Tabla 49 Depreciación Equipos de computación

Fuente: (Chauca.W, 2015)

AÑOS	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor en libros
0	0	0	615
1	205	90	410
2	205	295	205
3	205	500	0

5.02.04 Gastos financieros

El establecimiento veterinario DOGGILANDIA expresa sus gastos financieros mediante la realización de un préstamo bancario en la cooperativa de ahorro y crédito "San Francisco" la cantidad de \$ 5,000.00 con una tasa de interés del 23% anualmente, en 24 cuotas. es decir a 2 años plazo.

Tabla 50 Gastos Financieros

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Gastos Financieros	
Monto del préstamo	\$ 5.000,00
tasa de interés	\$ 0,23
tiempo	2 años
pago mensual	\$ 261,87
total interés 2 años	\$ 1.284,80
pago total	\$ 6.546,66

Tabla 51 Tabla de Amortización*Fuente:* (Chauca.W, 2015)

AÑOS	CAPITAL	INTERES	PAGOS	CAP PAGO
0	\$ 5.000,00	\$ 95,83	\$ 261,87	\$ 166,03
1	\$ 4.833,97	\$ 92,65	\$ 261,87	\$ 169,22
2	\$ 4.664,75	\$ 89,41	\$ 261,87	\$ 172,46
3	\$ 4.492,29	\$ 86,10	\$ 261,87	\$ 175,76
4	\$ 4.316,53	\$ 82,73	\$ 261,87	\$ 179,13
5	\$ 4.137,40	\$ 79,30	\$ 261,87	\$ 182,57
6	\$ 3.954,83	\$ 75,80	\$ 261,87	\$ 186,07
7	\$ 3.768,76	\$ 72,23	\$ 261,87	\$ 189,63
8	\$ 3.579,13	\$ 68,60	\$ 261,87	\$ 193,27
9	\$ 3.385,86	\$ 64,90	\$ 261,87	\$ 196,97
10	\$ 3.188,89	\$ 61,12	\$ 261,87	\$ 200,75
11	\$ 2.988,15	\$ 57,27	\$ 261,87	\$ 204,59
12	\$ 2.783,55	\$ 53,35	\$ 261,87	\$ 208,52
13	\$ 2.575,04	\$ 49,35	\$ 261,87	\$ 212,51
14	\$ 2.362,53	\$ 45,28	\$ 261,87	\$ 216,58
15	\$ 2.145,94	\$ 41,13	\$ 261,87	\$ 220,74
16	\$ 1.925,21	\$ 36,90	\$ 261,87	\$ 224,97
17	\$ 1.700,24	\$ 32,59	\$ 261,87	\$ 229,28
18	\$ 1.470,96	\$ 28,19	\$ 261,87	\$ 233,67
19	\$ 1.237,29	\$ 23,71	\$ 261,87	\$ 238,15
20	\$ 999,14	\$ 19,15	\$ 261,87	\$ 242,72
21	\$ 756,42	\$ 14,50	\$ 261,87	\$ 247,37
22	\$ 509,05	\$ 9,76	\$ 261,87	\$ 252,11
23	\$ 256,94	\$ 4,92	\$ 261,87	\$ 256,94
24	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 261,87	\$ 261,87

Tabla 52: Interés del Préstamo*Fuente:* (Chauca.W, 2015)

año 1	\$ 925.95
año 2	\$ 358.84
Total interés	\$ 1284.80

5.02.05 Gastos de ventas

Para la comercialización de los productos veterinarios se necesita dar a conocer el establecimiento mediante medios publicitarios que detallen tanto los productos como los servicios que tiene la organización.

Tabla 53 Gastos de Ventas

Fuente: (Chauca.W, 2015)

inauguración	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Disco móvil	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Disfrazado	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Total mensual	2	\$ 80,00	\$ 80,00
Total anual	24	\$ 960,00	\$ 960,00

Tabla 54 Promociones

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Publicidad P.O.P	Q. Mensual	Valor unitario	Valor total
Trípticos	500	\$ 0,08	\$ 40,00
Accesorios	100	\$ 0,25	\$ 25,00
Peluquería canina gratis	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Hojas volantes	500	\$ 0,05	\$ 25,00
Total mensual	1103	\$ 15,38	\$ 135,00
Total Anual	13236	\$ 184,56	\$ 1.620,00

5.03 Inversión del proyecto

La inversión que se debe realizar en el establecimiento será para la compra de activos fijos y mercadería. A continuación se detalla cual es el monto de los activos fijos.

5.03.01 Activos Fijos

Tabla 55 Activos Fijos

Fuente: (Chauca.W, 2015)

DETALLE	CANT.	V. UNIT	V. TOTAL
Perchas	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Mostrador de caja	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Facturador	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Caja registradora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Refrigerador	1	\$ 475,00	\$ 475,00
Mesa para peluquería	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Tina de baño simple	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Jaulas para mascotas	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Computadora	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Impresora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Teléfono	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Silla móvil	2	\$ 15,00	\$ 30,00
sillón	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Extintor	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Sensor de humo fotoeléctrico	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Alarma	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Cortadora de pelo	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Secadora de pelo	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Bozales	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Termómetro Ambiental	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Software de gestión veterinaria	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Rotulo principal	1	\$ 58,00	\$ 58,00
Artículos de oficina	varios	\$ 40,00	\$ 40,00
escritorio en L	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Dispensador de agua	1	\$ 18,00	\$ 18,00
TOTAL	36	\$ 2.242,00	\$ 2.616,00

5.03.02 Activos nominales

Tabla 56 Activos Nominales

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Activos diferidos	
Gastos. de constitución	\$ 400,00
Patente municipal	\$ 200,00
Permisos de funcionamiento	\$ 300,00
Sub. Activos Diferidos	\$ 900,00

5.03.03 Capital de trabajo

Tabla 57 Capital de Trabajo

Fuente: (Chauca.W, 2015)

CAPITAL DE TRABAJO	
caja	\$ 1.275.00
bancos	\$ 1.800,00
mercadería	\$ 3560.00
TOTAL	\$ 6635.00

Análisis.-

El capital de trabajo con el cual cuenta la empresa da un total de \$ 6635. Monto con el cual se espera cubrir en su mayoría los costos y gastos que requiere la creación del establecimiento.

5.03.04 Estado de situación inicial

Tabla 58 Balance General "DOGGILANDIA"

Fuente: (Chauca.W, 2015)

"DOGGILANDIA"			
Balance General			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos corrientes		Pasivos corrientes	
caja	\$ 1.275,00		
bancos	\$ 1.800,00		
mercadería	\$ 3.560,00		
Subtotal Activos corrientes	\$ 6.635,00		
Activos fijos		Pas. largo plazo	\$ 5.000,00
muebles y enseres	\$ 1.350,00		
equipos de oficina	\$ 651,00	Ob. Bancaria	\$ 5.000,00
Equipos Computación	\$ 615,00		
Subtotal Activos Fijos	\$ 2.616,00		
Activos diferidos		Patrimonio	\$ 5.151,00
Gastos de constitución	\$ 400,00		
Patente municipal	\$ 200,00		
Permisos de funcionamiento	\$ 300,00		
Subtotal Activos Diferidos	\$ 900,00	Total Patrimonio	\$ 5.151,00
T. ACTIVOS	\$ 10.151,00	T. PAS+PAT	\$ 10.151,00

5.03.05 Fuentes de financiamiento

Tabla 59 Fuentes de Financiamiento

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Total Activos	\$ 10.151,00
Préstamo	\$ 5.000,00
Patrimonio	\$ 5.151,00

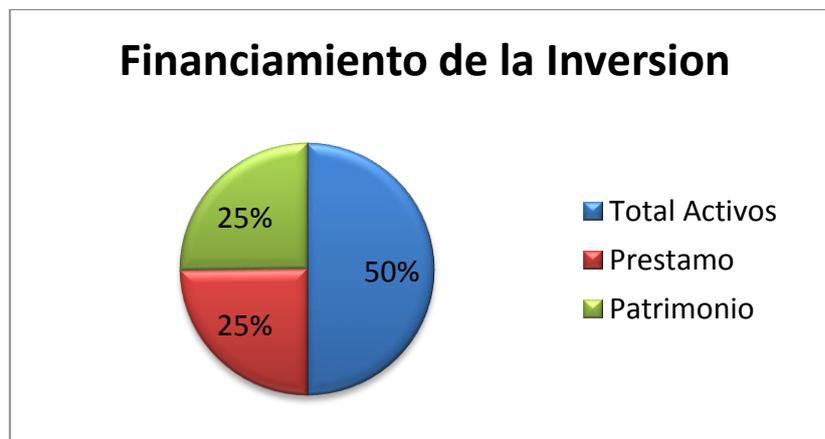


Figura 18 Financiamiento de la inversión

Análisis

El total de la inversión es de \$ 10.151,00 del cual se presenta una oportunidad ya que cuenta con un capital propio de \$ 5.151,00 la diferencia lo estará cubriendo el préstamo de \$5000,00.

5.04 Pronostico financiero

Tabla 60 Porcentajes para Proyectar

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Indicadores	%	
Crecimiento Poblacional	1,35%	0,0135
Inflación	2,85%	0,0285
PIB	2%	0,02
total	6.2%	0,062

5.04.01 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 61 Estado de P y G

Fuente: (Chauca.W, 2015)

	Estado de Pérdidas y Ganancias				
	" DOGGILANDIA"				
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 71.030,40	\$ 75.434,28	\$ 80.111,21	\$ 85.078,11	\$ 90.352,95
costo de ventas	\$ 49.721,28	\$ 52.804,00	\$ 56.077,85	\$ 59.554,67	\$ 63.247,06
UT. Bruta en Ventas	\$ 21.309,12	\$ 22.630,29	\$ 24.033,36	\$ 25.523,43	\$ 27.105,88
Gastos ventas	\$ 2.580,00	\$ 2.739,96	\$ 2.909,84	\$ 3.090,25	\$ 3.281,84
Inauguración	\$ 960,00	\$ 1.019,52	\$ 1.082,73	\$ 1.149,86	\$ 1.221,15
promociones	\$ 1.620,00	\$ 1.720,44	\$ 1.827,11	\$ 1.940,39	\$ 2.060,69
UT. Net. Ventas	\$ 18.729,12	\$ 19.890,33	\$ 21.123,53	\$ 22.433,18	\$ 23.824,04
Gastos Administración	\$ 12.961,90	\$ 13.800,13	\$ 14.699,30	\$ 15.663,96	\$ 16.699,03
Sueldo Veterinario	\$ 1.200,00	\$ 1.291,56	\$ 1.390,11	\$ 1.496,17	\$ 1.610,33
Sueldo Administrador	\$ 8.956,80	\$ 9.640,20	\$ 10.375,75	\$ 11.167,42	\$ 12.019,50
Dep. E. computación	\$ 205,00	\$ 205,00	\$ 205,00	\$ 205,00	\$ 205,00
Dep. E. oficina	\$ 65,10	\$ 65,10	\$ 65,10	\$ 65,10	\$ 65,10
Dep. M y E	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00	\$ 135,00
Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.234,20	\$ 1.269,37	\$ 1.305,55	\$ 1.342,76
Servicios básicos	\$ 1.020,00	\$ 1.049,07	\$ 1.078,97	\$ 1.109,72	\$ 1.141,35
Amor. Gastos de Constitución	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Amor. Patente	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Amor. Permisos F.	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
UT. Operacional	\$ 5.767,22	\$ 6.090,19	\$ 6.424,23	\$ 6.769,22	\$ 7.125,01
Gtos. Financieros	\$ 925,95	\$ 358,84	\$ -	\$ -	\$ -
UT. Antes imp.	\$ 4.841,27	\$ 5.731,35	\$ 6.424,23	\$ 6.769,22	\$ 7.125,01
15% trab	\$ 726,19	\$ 859,70	\$ 963,63	\$ 1.015,38	\$ 1.068,75
UT. Impuestos	\$ 4.115,08	\$ 4.871,65	\$ 5.460,59	\$ 5.753,84	\$ 6.056,26
% imp renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UT. Final	\$ 4.115,08	\$ 4.871,65	\$ 5.460,59	\$ 5.753,84	\$ 6.056,26
10% res legal	\$ 411,51	\$ 487,16	\$ 546,06	\$ 575,38	\$ 605,63
UT. Dividendo	\$ 3.703,57	\$ 4.384,48	\$ 4.914,53	\$ 5.178,45	\$ 5.450,63

Tabla de impuesto a la renta

Tabla 62 Impuesto a la Renta

Fuente: (JEZL, 2015)

Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.800	0	0%
10.800	13.770	0	5%
13.770	17.210	149	10%
17.210	20.670	493	12%
20.670	41.330	908	15%
41.330	61.980	4.007	20%
61.980	82.660	8.137	25%
82.660	110.190	13.307	30%
110.190	En adelante	21.566	35%

5.04.02 Flujo de caja

Tabla 63 Flujo de Caja

Fuente: (Chauca.W, 2015)

FLUJO CAJA	0	1	2	3	4	5
Utilidad		\$ 3.281,74	\$ 3.974,72	\$ 4.495,23	\$ 4.889,07	\$ 5.112,22
Depreciación		\$ 405,10	\$ 405,10	\$ 405,10	\$ 200,10	\$ 200,10
Amortización		\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Gastos financieros		\$ 925,95	\$ 358,84	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Operacional		\$ 4.792,79	\$ 4.918,67	\$ 5.080,33	\$ 5.269,17	\$ 5.492,32
CTN	\$ (7.535,00)					
Activos Fijos	\$ (2.616,00)					
Flujo Neto	\$ (10.151,00)	\$ 4.792,79	\$ 4.918,67	\$ 5.080,33	\$ 5.269,17	\$ 5.492,32

5.04.03 Punto de equilibrio

Tabla 64 Costos y Gastos

Fuente: (Chauca.W, 2015)

COSTOS/GASTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de Ventas	\$ 49.721,28	\$ -	\$ 49.721,28
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 2.580,00	\$ 2.580,00
Gastos Adm.	\$ 585,10	\$ 13.357,20	\$ 13.942,30
Gastos Financieros	\$ 925,95	\$ -	\$ 925,95
SUBTOTAL	\$ 51.232,33	\$ 15.937,20	\$ 67.169,53

$$PVU = \frac{\$ 71.030,40}{360}$$

$$PVU = \$ 197,31$$

$$CVU = \frac{\$ 15.937,20}{360}$$

$$CVU = \$ 44,27$$

$$PE (Q) = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE (Q) = \frac{\$ 51.232,33}{197,31 - 44,27}$$

$$PE (Q) = \frac{\$ 51.232,33}{\$ 153,04}$$

$$PE (Q) = 334,7716177$$

$$PE (MON) = \frac{CF}{1 - CVU/PVU}$$

$$PE (MON) = \frac{\$ 51.232,33}{1 - (44,27/197,31)}$$

$$PE (MON) = \frac{\$ 51.232,33}{0,775628463}$$

$$PE (MON) = \$ 66.052,67$$

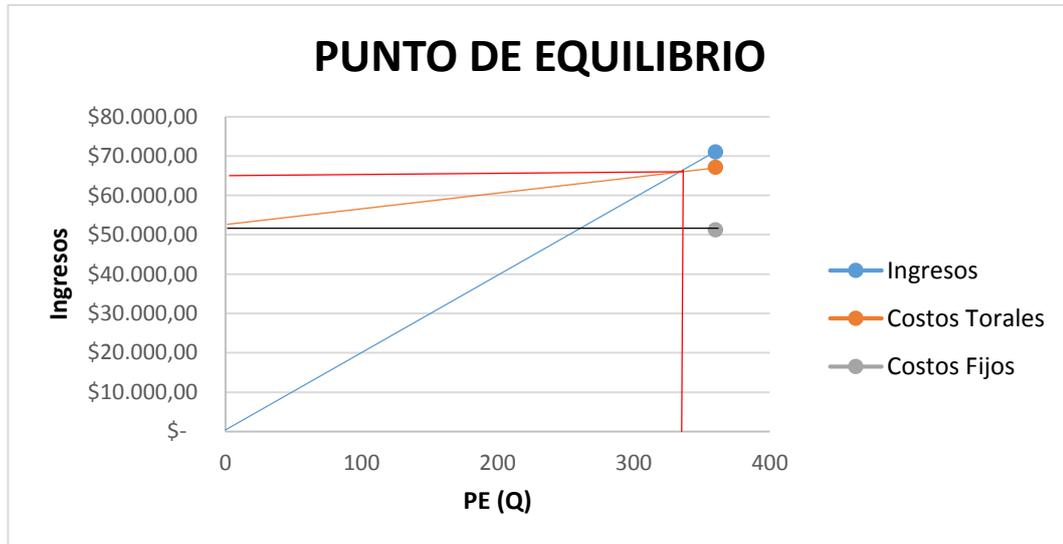


Figura 19 Punto de Equilibrio - Elaborado por Wendy Chauca

5.05 Evaluación financiera

5.05.01 T (MAR)

Tabla 65: T (MAR)

Fuente: (Chauca.W, 2015)

T(MAR)	%	
Riesgo País	7.93%	0,0793
Tasa Activa	8.41%	0,0841
Inflación	2.85%	0,0285
Total	19%	0,19

Análisis.-

Dentro de la tasa mínima de retorno para la inversión del establecimiento de productos veterinarios se ha tomado en cuenta el riesgo país, la tasa de interés activa y la inflación dando como resultado un 19%.

5.05.02 Valor Actual Neto

Tabla 66 VAN

Fuente: (Chauca.W, 2015)

	FLUJOS NETOS	VAN
0	\$ (10.151,00)	\$ (10.151,00)
1	\$ 4.792,79	\$ 4.027,55
2	\$ 4.918,67	\$ 3.473,39
3	\$ 5.080,33	\$ 3.014,75
4	\$ 5.269,17	\$ 2.627,57
5	\$ 5.492,32	\$ 2.301,55
		\$ 5.293,82

Análisis.-

Mediante el VAN se determina que al final de la vida útil de la empresa, es decir en cinco años se generara un total de \$ 5.293,82 de recursos líquidos

5.05.03 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 67 TIR

Fuente: (Chauca.W, 2015)

	FLUJOS NETOS	VAN	TIR
0	\$ (10.151,00)	\$ (10.151,00)	\$ (10.151,00)
1	\$ 4.792,79	\$ 4.027,55	\$ 3.419,77
2	\$ 4.918,67	\$ 3.473,39	\$ 2.504,17
3	\$ 5.080,33	\$ 3.014,75	\$ 1.845,52
4	\$ 5.269,17	\$ 2.627,57	\$ 1.365,77
5	\$ 5.492,32	\$ 2.301,55	\$ 1.015,78
		\$ 5.293,82	\$ 0,00

Tabla 68 T(MAR) – VAN – TIR*Fuente: (INEC, 2015)*

T(MAR)	19%	0,19
VAN	\$ 5.293,82	
TIR	40%	0,401494846

Análisis.

La tasa interna de retorno es de 40 % superior al T(MAR) que es de 19% por lo tanto la inversión que realice la empresa, tiene una alta rentabilidad

5.05.04 Razón Costo/ Beneficio

$$R\ C/B = \frac{\$ 15.444,82}{\$ 10.151,00}$$

$$R\ C/B = 1,521506806$$

Tabla 69 Razón C/B*Fuente: (Chauca.W, 2015)*

R.B/COSTO	VALORES	TOTAL
BENEFICIO	\$ 15.444,82	1,521506806
COSTO	\$ 10.151,00	

Análisis.-

La razón costo beneficio tiene un valor de 1.52 es decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá una utilidad de 0.52 centavos.

5.05.05 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Tabla 70 PRI

Fuente: (Chauca.W, 2015)

PRI		
AÑOS	MESES	DIAS
2	10	8

Análisis.-

El tiempo que se recuperara la inversión es de dos años, 10 meses, 8 días por lo que se considera que la empresa tiene liquidez, es decir, que puede cancelar las deudas en corto plazo.

5.05.06 Coeficientes Financieros

5.05.06.01 Margen bruto

Tabla 71 Margen Bruto

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Margen Bruto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UT. Bruta Ventas	\$ 21.309,12	\$ 22.630,29	\$ 24.033,36	\$ 25.523,43	\$ 27.105,88
Ventas	\$ 71.030,40	\$ 75.434,28	\$ 80.111,21	\$ 85.078,11	\$ 90.352,95
Porcentajes	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00

Análisis.-

Este coeficiente muestra que las ventas del establecimiento de productos veterinarios generan un 30% de utilidad bruta en ventas

5.05.06.02 Margen neto

Tabla 72 Margen Neto

Fuente: (Chauca.W, 2015)

Margen Neto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UT. Net. Ventas	\$ 18.729,12	\$ 19.890,33	\$ 21.123,53	\$ 22.433,18	\$ 23.824,04
Ventas	\$ 71.030,40	\$ 75.434,28	\$ 80.111,21	\$ 85.078,11	\$ 90.352,95
Porcentajes	\$ 26,37	\$ 26,37	\$ 26,37	\$ 26,37	\$ 26,37

Análisis.-

Este coeficiente establece que el 26.37% corresponde al promedio de los cinco años, esto indica que por cada dólar que se venda se tendrá \$ 26.37 de utilidad neta.

CAPITULO VI

7.01 Impacto ambiental

El impacto ambiental procede debido a la alteración del medio ambiente, establecida directa o indirectamente por ciertas actividades en un área determinada es ocasionada por la acción del hombre o de la naturaleza. El impacto ambiental, por lo tanto, puede tener consecuencias sobre la salud de la población, la calidad del aire y la belleza paisajística. (Copyright , 2015)

La creación del establecimiento de productos veterinarios “DOGGILANDIA” en el sector Santa Rita barrio “San José” genera un impacto ambiental mínimo debido a que existe una inadecuada eliminación de los desechos por parte de los moradores.

Para que exista una correcta eliminación de desechos veterinarios se incentivará al cliente en el cuidado ambiental, mediante la utilización de basureros reciclables que serán ubicados en las afueras del establecimiento. Por otra parte se devolverá al fabricante los medicamentos caducados o dañados para que sean desechos con mayor seguridad.



7.02 Impacto social

El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general. Se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones. (Martin.C, 2010)

Los resultados finales son al nivel de propósito o fin del programa. Implican un mejoramiento significativo y, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, Un resultado final suele expresarse como un beneficio a mediano y largo plazo obtenido por la población atendida (Martin.C, 2010)

Mediante la creación del establecimiento veterinario se deduce que genera un impacto social alto debido a que la población establecerá cuidados adecuados para sus mascotas y por ende se verán beneficiados por los bienes y servicios que aporta la organización.

7.03 Impacto económico

El impacto económico puede ser muy diferente dependiendo de las características del país o región y del momento temporal en el que se lleve a cabo.

La cuantificación del impacto económico no debe por tanto basarse en la mera extrapolación de otras experiencias, sino que requiere un análisis específico caso por caso. (Lorenzo.A, 2012)

Este se da por los recursos gastados en la investigación, o también por los recursos que se generaran después de realizarla (Julit, 2009).

El impacto económico que genera la implementación del establecimiento de productos veterinarios es considerablemente alto debido a que disminuye el nivel de pobreza y desempleo en el país, por otra parte contribuye a la prosperidad de las naciones generando así un crecimiento económico en el país.



7.04 Impacto productivo

El impacto productivo que genera la creación del establecimiento veterinario en el sector salud considera que mediante la comercialización de productos veterinarios aportan a mejorar la calidad de vida de las mascotas

El impacto productivo que establece el establecimiento de productos veterinarios "DOGGILANDI" viene reflejado al momento de crecer en el mercado e ir implementando diversas organizaciones del mismo tipo, generando así mayores fuentes de empleo que aporten a la comercialización de productos veterinarios y por ende incrementar la producción de los mismos.



CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

El presente proyecto de inversión para la creación de un establecimiento de productos veterinarios en el sector Santa Rita barrio San José concluyen cumpliendo cada uno de sus objetivos de los cuales se sustentó la tesis propuesta con fines de obtener el título de tecnóloga en administración de boticas y farmacias.

Mediante el estudio socioeconómico se considera que los moradores llevan un nivel medio en el aspecto económico de lo cual se toma como referencia para ofrecer productos que se ajusten a sus necesidades y a un precio accesible.

Se pudo determinar que en la población existe un porcentaje alto de demanda insatisfecha debido a la inexistencia de establecimiento de productos veterinarios por lo cual se cuantifica que existe una demanda ciertamente alta hacia el consumo de productos y servicios veterinarios en el sector Santa Rita



Se realizó el abastecimiento con los recursos adecuados y necesarios para el establecimiento evitando gastos innecesarios para obtener mayor beneficio pero a menor costo, se establece que mediante la demanda se realizará un abastecimiento adecuado para satisfacer las necesidades del cliente de manera específica.

Al momento de realizar la evaluación financiera del proyecto se determinó que el establecimiento veterinario "DOGGILANDIA" tiene un margen neto de 26.37% lo cual nos indica que por cada dólar que se venda se ganara \$ 26.27 dólares de utilidad neta. Con esto se demuestra que la creación del establecimiento es totalmente rentable, viable y factible.



7.02 Recomendaciones

Ponerlo en práctica, puesto que dicho proyecto, desde el punto de vista técnico y financiero, es viable, exitoso y no representa riesgo alguno para los interesados.

Ejecutar el proyecto de manera eficiente y eficaz tomando en cuenta todos los parámetros expuestos en el proceso teórico, considerar que la parte financiera se la debe hacer de manera consciente debido a que los recursos deben ser proporcionados de manera adecuada para obtener grandes beneficios mediante la aplicación del proyecto.

Poner en práctica e implementar las estrategias obtenidas al momento de realizar el análisis FODA para reducir amenazas y debilidades e incrementar las fortalezas y oportunidades que se puedan presentar en el trayecto del proyecto.

Organizar y asistir a capacitaciones de ventas, relaciones humanas, atención al cliente y motivación para incentivar al personal a brindar un servicio adecuado con productos de calidad con la finalidad de aplicar técnicas de ventas que aseguren y fidelicen al cliente.

7.03 Referencias

(s.f.).

Arango.L. (2014). *Ingresos*. Quito: banrepcultural.

Arbelaez.M. (2013). *Matriz cuantitativa de planeacion estrategica*. Monterrey: Comité de Planeamiento.

Arturo.K. (2015). *Analisis del consumidor*. <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>.

Arturo.K. (2015). Analsis del consumidor. <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>.

Astros.J. (2008). *Conociendo Estados financieros*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos105/conociendo-estados-financieros/conociendo-estados-financieros2.shtml>

Avalos.C. (2011). *tasa de interes*. Bogota: <http://www.monografias.com/trabajos52/tasa-de-interes/tasa-de-interes.shtml>.

Balseca.C. (2012). Estudio de factibilidad para la creacion de una farmacia veterinaria . Barrio Pichincha - Parroquia Conocoto.

BBVA. (26 de 08 de 2012). *Emprendedores*. Obtenido de BBVA con tu empresa: <http://www.bbvacontuempresa.es/a/determinar-la-dimension-optima-la-empresa>

BCE. (2015). Obtenido de Indicadores economicos: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

BCE. (2015). *BANCO CENTRAL DE ECUADOR*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>

BCE. (2015). *Riesgo Pais*. Quito: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais.

BCE. (2015). Tasa de interes activa.

Chauca.W. 2015. *Triptico - parte interna*. ITSCO, Quito.

Chauca.W. 2015. *Triptico - parte externa*. ITSCO, Quito.

Chauca.W. 2015. *Volante DOGGILANDIA*. ITSCO, Quito.

Chauca.W. 2015. *Sello, Nombre y Eslogan de DOGGILANDIA*. ITSCO.

Chauca.W. 2015. *Gestion Admiistrativa*. ITSCO, Quito.

Chauca.W. 2015. *Gestión Operativa - Organigrama empresarial*. ITSCO, Quito.

Chauca.W. 2015. *Martriz de analisis FODA*. ITSCO, Quito.



- Chauca.W. 2015. *Matriz MEFI*. ITSCO, Quito.
- Chauca.W. 2015. *Matriz MEFE*. ITSCO, Quito.
- Chauca.W. 2015. *Matriz MAFE*. ITSCO, Quito.
- Chauca.W. 2015. *Producto Interno Bruto*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Tasa de Interes Activa*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Inflaicon*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Tasa de desempleo*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Pobreza*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Poblaicon Economicamente Activa*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Riesgo Pais*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Grafico de las Encuestas*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Grafico de las encuestas*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Evaluacion Financiera*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Localizaicon Optima DOGGILANDIA*. Quito.
- Chauca.W. 2015. *Las cinco fuerzas de PORTER*. Quito.
- Computergreen. (2009). Factor Politico Legal. *Crear Empresas*,
<http://www.crearempresas.com/proyectosalumnos04/computergreen/entorno-general.htm>.
- Control Sanitario. (2015). *Permisos de Funcionamiento*. Quito: Ecuador Ama la Vida.
- Copyright . (2015). *Impacto Ambiental*. España: WordPress.
- Elias.M. (2013). *Dispensacion de Medicamentos*. Lima: Minsa-Digemid.
- Erazo.M. (2013). Estudio de factibilidad para la creacion de un local de prouctos agroveterinarios. Provincia de Pichincha - Canton Cayambe.
- Gabriela. P. (2012). Como Elegir informacion. *Emprendedor*.
- Genaro.S. (2015). Producto Interno Bruto. *Clubplaneta*, 50.
- George.A. (2008). Cinco fuerzas de Porter. *Situacion Organizacional*, libro no publicado.
- Gerencie. (2011). *Inflacion*. USA: <http://www.gerencie.com/inflacion.html>.
- Gravity.F. (2014). *Logistica de Abastecimiento*. Jimdo:
<http://logisticayabastecimiento.jimdo.com/almacenamiento/>.
- INEC. (2014). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Revistas/revista_postdata_n2_inec.pdf



- INEC. (2015). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobreza/>
- INEC. (2015). INSTITUTO NAICONAL DE ESTADITICAS Y CENSOS.
- Ivnisky. (2015). *Introduccion a la teoria de los costos*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos4/costos/costos.shtml>
- JEZL. (2015). *Contadores Auditores*. Obtenido de http://www.jezl-auditores.com/index.php?option=com_content&view=article&catid=55&id=64&Itemid=71
- Julit. (2009). *Impacto Economico*. Equipo Editorial.
- Lexus. (2010). *Departamento de obras de referencia*. Colombia: Ediciones Trebol,S.L.
- ley de regimen municipal. (2010). Patente Municipal. *MSP*, Arts 381 - 386.
- Lorenzo.A, P. &. (2012). *PwC*. Obtenido de <http://www.pwc.es/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf>
- Martin.C. (2010). *Impacto social*. Obtenido de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm.
- Martin.C. (2010). *Impacto Social*. http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci08307.htm.
- Medinez.S. (2014). *Definicoion de Costos Empresariales*. Mexico: Estersias.
- Mejia.C. (2013). *Capacida Instalada*. Loja: Documentos Planning.
- Mendoza.M. (2014). *El desarrollo local complementario*. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eurosur.org/FLACSO/mujeres/ecuador/trab-3.htm>
- misnisterio de salud publica. (2010). ley de regimen municipal. *MSP*, Arts 381 - 386.
- Montoya.D. (2012). *Bienes y Servicios*. http://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html#Vey9_tj_NHw.
- Moreno.A. (2015). En Moreno.A, *Estudio de factibilidad para la creacion de una clinica veterinaria en la parroquia de calderon del D.M.Q* (pág. 150). Quito.
- MSP. (2015). *Salud.gob*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>
- Negocios. (2014). Macroentorno. *Uncomo*, <http://negocios.uncomo.com/articulo/que-es-el-macroentorno-de-una-empresa-html>.
- Paginas Amarillas. (2015). *Paginas Amarillas Info.ec*. Obtenido de <http://www.paginasamarillas.info.ec/busqueda/productos+veterinarios>
- Paredes.L. (2014). *Gastos Administrativos*. Quito: Particular.
- Pelaez.F. (2012). *Retribucion del Factor Social*. Quito: Enciclopedia y biblioteca de economia.



- Ramos.M. (2012). *Analisis fODA*. Francia:
<http://es.slideshare.net/MarlyFlaviaCaviaRamos/analisis-foda-14021802>.
- SISE. (2011). *Poblacion Economicamente Activa*. Guayaquil:
http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp_T01.htm.
- Sol Arq. (2010). *Factor Ambiental*. <http://www.sol-arq.com/index.php/factores-ambientales>.
- Torre.D & Daza.E. (2013). *Lonradlorenz*. Obtenido de
http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/05-kholer.pdf
- Ubicaquito. (2015). *Ubicaquito*. Obtenido de
<http://www.ubicaquito.com/osm/lugar/p332030985>
- Ubicaquito. (2015). *Ubicaquito.com*. Obtenido de
<http://www.ubicaquito.com/osm/lugar/p332030985>
- UNIMED. (2012). *Manual para la Administracion de la Farmacia*. Bolivia: Unidad de Medicamentos y Tecnologia en Salud.
- Vera.T. (2013). *Factor Tecnológico. Factores que influyen dentro de una empresa*.
- Vinueza.G. (2012). *Estrategias de Negocio*. Libro Amigo.
- Wikipedia. (20 de 04 de 2015). *Wikipedia. La enciclopedia libre*. Obtenido de
[https://es.wikipedia.org/wiki/Chillogallo_\(parroquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Chillogallo_(parroquia))

7.04 Anexos

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como finalidad objetivos académicos para estudiar la factibilidad de la creación de un establecimiento de productos veterinarios.

EDAD:

GENERO:

Marque con una X según corresponda

1. ¿Tiene usted mascota?

SI

NO

2. ¿Usted está de acuerdo que exista la protección animal Ecuador?

SI

NO

3. ¿Con que frecuencia lo lleva al veterinario?

Mensualmente

Trimestralmente

Semestralmente

Anualmente

4. ¿Puede acceder fácilmente a los medicamentos recomendados por el veterinario?

SI

NO

5. ¿Qué productos veterinarios son de su preferencia?

Genéricos

Comerciales

6. ¿Anualmente cuánto dinero invierte en la salud de su mascota?

Menos de 80

De 240 a 320

De 80 a 160

De 320 a 400

De 160 a 240

De 400 en adelante

7. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un establecimiento de productos veterinarios en el sector?

SI

NO

8. ¿Cuál es el beneficio más importante que debe poseer un establecimiento?

Buena atención

Productos económicos

Variedad de productos

Accesibilidad

Confianza

9. ¿Qué servicio implementaría en el establecimiento de productos veterinarios?

Servicio de Peluquería canina

Servicio estético

Servicio a domicilio

Venta de acuarios

10. Al contar con toda la calidad de servicio asistiría al establecimiento de productos veterinarios?

SI

NO