



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA
VETERINARIA EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, 2014

PROYECTO DE INVERSIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

Autora: Moreno Usiña Evelin Andrea

Tutora: Eco Jessica Maribel Erazo Hernández

Quito, Noviembre de 2014

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.

Evelin Andrea Moreno Usiña

CC. 1720745387

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Evelin Andrea Moreno Usiña alumna de la Escuela de Salud Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC. 1720745387

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios por haberme guiado al Instituto Tecnológico Cordillera y a su honroso cuerpo de profesores quienes con sus conocimientos y abnegada enseñanza me han ayudado en mi desarrollo y formación, para ser en el futuro un ciudadano útil para mi familia y para mi patria.

DEDICATORIA

El presente proyecto es dedicado a mi madre
quien me ha brindado todo su esfuerzo y
cariño, así mismo a mi familia que siempre
me ha apoyado incondicionalmente en todas
mis actividades y proyectos para que yo
pueda alcanzar esta meta más en mi vida.

INDICE GENERAL

DECLARACION DE APROBACION TUTOR Y LECTOR.....	i
DECLARACION DE AUDITORIA DEL ESTUDIANTE.....	ii
DECLARACION DE CESION DE DERECHOS A LA INSTITUCION.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
DEDICATORIA.....	v
INDICE GENERAL.....	vi
INDICE DE TABLA.....	x
INDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT	xv
CAPITULO I	1
1.01 JUSTIFICACIÓN	1
1.02 ANTECEDENTES.....	3
CAPITULO II	5
2.01 AMBIENTE EXTERNO.....	5
2.01.01 PIB.-.....	6
2.01.02 TASA DE INTERES.....	8
2.01.03 INFLACION	10
2.01.04 RIESGO PAÍS.....	12
2.01.05 FACTOR SOCIAL.....	13
2.01.05.01 Análisis de la pobreza:.....	14
2.01.06 FACTOR TECNOLÓGICO.....	16
2.01.07 FACTOR AMBIENTAL.....	17
2.02 ENTORNO LOCAL	18
2.02.01 Las cinco fuerzas de Porter.....	18
2.03 ANALISIS INTERNO	24

2.03.01 Propuesta estratégica	25
2.03.02 NOMBRE DE LA CLÍNICA Y ESLOGAN	27
2.03.03 Objetivos	27
2.03.04 Principios	29
2.03.05 Políticas internas.-	32
2.03.06 Gestión Operativa.....	34
2.04 ANÁLISIS FODA.....	35
2.04.01 Matriz de perfil competitivo (MPC)	40
2.04.02 Matriz cuantitativa de la planeación estratégica (MCPE)	43
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	47
3.01.01 comportamiento del consumidor.....	47
3.01.02 población y muestra	49
3.01.03 RECOLECCION DE INFORMACIÓN	51
3.01.04 Análisis e interpretación de Datos	52
3.01.05 ANALISIS DE LOS RESULTADOS	64
3.02 OFERTA.....	65
3.02.01 Oferta Histórica.	65
3.02.02 OFERTA ACTUAL	66
3.02.03 OFERTA PROYECTADA.....	67
3.04 DEMANDA	68
3.04.01 DEMANDA HISTORICA	68
3.04.02 DEMANDA ACTUAL	69
3.04.03 DEMANDA PROYECTADA	70
3.04.04 BALANCE OFERTA – DEMANDA.....	70
CAPITULO IV	72
4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	72
4.01.01 capacidad instalada.....	72
4.01.02 capacidad demandada.....	74
4.02 LOCALIZACION	75
4.02.01 Macro localización	76

4.02.02 Micro localización.....	77
4.02.03 localización optima.....	78
4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO.....	80
4.03.01 Definición del Bien y Servicio	80
4.03.02 Distribución de la planta.....	80
4.03.03 Maquinaria y Equipos.....	84
4.04 ASPECTOS LEGALES.	86
Capítulo V.....	92
5.01 INGRESOS.....	92
5.01.02 Ingresos Operacionales.....	92
5.01.03 Ingresos no Operacionales.....	92
5.02 COSTOS	93
5.02.01 Costos Directos	93
5.02.03 Gastos Administrativos.....	95
5.02.05 GASTOS DE VENTAS	103
5.03 INVERSIONES DEL PROYECTO	106
5.03.01 Activos Fijos	106
5.03.02 Activos Nominales	107
5.03.03 Capital de trabajo.....	108
5.03.04 Estado de situación Inicial.....	109
5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	110
CAPITULO VI	111
6.01 Pronóstico Financiero.....	111
6.01.01 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	111
6.01.02 Flujo de Caja	112
6.01.03 Punto de Equilibrio.....	113
6.02 Evaluación Financiera.....	115
6.02.01 T (MAR)	115

6.02.02 VAN.....	116
6.02.03 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	117
6.02.04 Razón Costo Beneficio.....	118
6.02.05 Periodo de recuperación de la inversión.....	119
6.02.06 Coeficientes Financieros.....	120
6.03 Análisis de impactos.....	122
6.03.01 Impacto Ambiental.....	122
6.03.02 Impacto Económico.....	123
6.03.03 Impacto Productivo.....	123
CAPITULO VII.....	124
7.01 Conclusiones.....	124
7.02 Recomendaciones.....	125
BIBLIOGRAFÍA.....	126
ANEXOS.....	127
Anexo 1.....	127

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 PIN ANUAL	6
Tabla 2 Tasa Activa	8
Tabla 3 Inflación	10
Tabla 4 Desempleo	14
Tabla 5 Análisis FODA.....	36
Tabla 6 Matriz MEFI	37
Tabla 7 Matriz MEFE	38
Tabla 8 Análisis Estratégico mediante la Matriz MAFE	39
Tabla 9 Matriz de perfil competitivo (MCP)	42
Tabla 10 Matriz cuantitativo de planeación estratégica (MCPE)	45
Tabla 11 Cálculo de la muestra	50
Tabla 12 pregunta 1	52
Tabla 13 pregunta 2	53
Tabla 14 pregunta 3	55
Tabla 15 pregunta 4	56
Tabla 16 pregunta 5	57
Tabla 17 pregunta 6	58
Tabla 18 pregunta 7	59
Tabla 19 pregunta 8	60
Tabla 20 pregunta 9	61
Tabla 21 pregunta 10	62
Tabla 22 pregunta 11	63
Tabla 23 Oferta Histórica	65
Tabla 24 Oferta Actual	66
Tabla 25 Oferta Proyectada	67
Tabla 26 Demanda Histórica	68
Tabla 27 Demanda Actual	69
Tabla 28 Demanda Proyectada	70
Tabla 29 Balance Oferta-Demanda	70
Tabla 30 Demanda Insatisfecha	71
Tabla 31 capacidad demandada.....	74
Tabla 32 Matriz de Ponderación	79
Tabla 33 Maquinaria de la CV "Little Pet"	84
Tabla 34 Equipos de computación y Oficina.....	84
Tabla 35 Muebles y Enseres	85

Tabla 36 Gastos de Constitución	91
Tabla 37 Servicios de la CV "Little Pet"	94
Tabla 38 Accesorios para mascota	94
Tabla 39 Gastos Administrativos	95
Tabla 40 Rol de pagos del técnico Veterinario	96
Tabla 41 Rol de pagos del Médico Veterinario	97
Tabla 42 Depreciación de Equipos de Computación	98
Tabla 43 Depreciación de Equipos de Oficina	99
Tabla 44 Depreciación de Maquinaria.....	100
Tabla 45 Depreciaciones de Muebles y Enseres.....	100
Tabla 46 Gastos Financieros.....	101
Tabla 47 Amortización	102
Tabla 48 Gastos de Ventas	104
Tabla 49 Rol de pagos del Administrador.....	105
Tabla 50 Activos Fijos	106
Tabla 51 Activos Nominales	107
Tabla 52 Capital de trabajo	108
Tabla 53 Estado de Situación Inicial	109
Tabla 54 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos	110
Tabla 55 Estado de Pérdidas y Ganancias.	111
Tabla 56 Flujo de Caja	112
Tabla 57 Punto de Equilibrio	113
Tabla 58 T(mar).....	115
Tabla 59 Valor Actual Neto	116
Tabla 60 Tasa Interna de Retorno	117
Tabla 61 Razón Costo Beneficio	118
Tabla 62 PRI	119
Tabla 63 Margen Bruto	120
Tabla 64 Margen Neto	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tasa de crecimiento mensual del PIB.....	7
Figura 2: Tasa Activa del Ecuador.....	9
Figura 3 Inflacion del Ecuador	11
Figura 4: Riesgo País del Ecuador	12
Figura 5: Desempleo en la ciudad de Quito.	15
Figura 6: Fuerzas de Porter.	19
Figura 7: Gestión Administrativa.	32
Figura 8: Gestión Operativa..	34
Figura 9: pregunta 1.	52
Figura 10: pregunta 2.....	54
Figura 11: pregunta 3.....	55
Figura 12: pregunta 4.....	56
Figura 13: pregunta 5.....	57
Figura 14: pregunta 6.....	58
Figura 15: pregunta 7.....	59
Figura 16: pregunta 8.	60
Figura 17: pregunta 9.....	61
Figura 18: pregunta 10.	62
Figura 19: pregunta 11.	63
Figura 20: Oferentes del Mercado Actual..	66
Figura 21: Áreas de la Clínica Veterinaria.....	82
Figura 22: plano grama de la Clínica Veterinaria.....	83

RESUMEN EJECUTIVO

Los servicios para mascotas (perros y gatos) en los últimos años 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 que se mantengan bellos, saludables y así mejorar su calidad y duración de vida. Las mascotas han logrado una posición destacada dentro de la sociedad y se han convertido en un símbolo importante de status. En vista de esta evidente oportunidad de mercado, se presenta este trabajo de investigación, que tiene la finalidad de determinar la factibilidad de creación de una Clínica Veterinaria, en la Parroquia de Calderón, que brindará servicios para perros y gatos de: consulta externa, limpieza de oídos, corte de uñas, peluquería, partos. El proyecto se analizará en 6 capítulos que contienen lo siguiente: En el capítulo uno, se establece el problema de investigación, la justificación, y antecedentes, permitiendo con esto elaborar y reconocer el tipo de estudio que requiere el proyecto. En el capítulo dos la investigación del ambiente externo, entorno local, análisis interno y análisis Foda, esto nos permitirá conocer la inflación, el riesgo país y si está en auge hoy en día la Veterinaria. En el capítulo tres se realiza el análisis del consumidor, la oferta, productos sustitutos y la demanda, en donde se establece que el mercado objetivo del proyecto son las familias de la Parroquia de Calderón, de clase socio económica media baja y alta, que gusten de tener mascotas, el mismo que está

compuesto de 21.250 familias, además a través de la aplicación de una encuesta se determinó que la aceptación de los servicios es del 86% del mercado objetivo, lo cual representa un total de 18.275 familias. En el capítulo cuatro tenemos el tamaño del proyecto, la localización, la ingeniería del producto o servicio, se analiza la viabilidad técnica y operativa del proyecto, en base al cual se puede determinar que la Clínica Veterinaria "Little Pet" estará ubicada en la Parroquia de Calderón, se describe la capacidad instalada, la infraestructura de acuerdo a cada área de trabajo, y la descripción de los equipos, maquinaria, herramientas, insumos, utensilios y personal necesario para la operatividad de la empresa. En el capítulo cinco, se realiza el Análisis de los ingresos, costos e inversión del proyecto, se realizó el estudio de todo lo que va a poseer la Clínica Veterinaria y cuánto va a ser el costo de la misma, se presenta el análisis y evaluación financiera del proyecto, en donde se determina que la inversión inicial estará financiada por un préstamo de 35.000 por tres años en el banco del Pichincha con una tasa de interés del 11.83%, Como resultado del estudio financiero, el proyecto resulta rentable en todos los criterios de evaluación analizados, cuenta con un VAN positivo de \$ 60.296,79, valor que recibirán los socios luego de cubrir su inversión inicial, un TIR del 1.49% superior a la TMAR de 12.08%, un PRI de dos años 2 meses y 30 días y un Costo Beneficio que indica que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$0,86 centavos. Finalmente se concluye que el proyecto de creación de una Clínica Veterinaria es viable tanto operativa como financieramente.

ABSTRACT

Services for pets (dogs and cats) in recent years have had a significant growth, because people today consider them as a member in the family and are interested in their attention and special care to keep them beautiful, healthy and improve their quality and length of life. Pets have achieved a prominent position in society and have become an important status symbol. In view of this apparent market opportunity, this research is presented, which aims to determine the feasibility of creating a Veterinary Clinic, in the Parish of Calderon, who provides services for dogs and cats: outpatient, cleaning ears, cutting nails, hair, deliveries. The project analyzed in 6 chapters containing the following: In chapter one, the research question is established, justification, and background, thus allowing a drawing and recognizing the type of study required for the project. In chapter two the investigation of the external environment, local environment, internal analysis and SWOT analysis, this will allow us to meet the inflation risk and whether the country is booming nowadays Veterinary. In chapter three, the consumer testing, supply, substitutes and demands are made, where it is stated that the aim of the project market are the families of the Parish of Calderon, socioeconomic lower middle and upper classes, who like have pets, it is composed of 21,250 families, and through the application of a survey it was determined that the acceptance

of service is 86% of the target market, which represents a total of 18,275 families. In chapter four we project size, location, engineering, marketing, technical and operational feasibility is analyzed, based on which it can determine that the Veterinary Clinic "Little Pet" will be located in the Parish Calderon, installed capacity, infrastructure according to each work area, and a description of the equipment, machinery, tools, supplies, tools and personnel necessary for the operation of the company described. In chapter five, the analysis of revenues, costs and investment of the project is done, the study of all that will have the Veterinary Clinic and how much will be the cost of it was performed the analysis and evaluation is presented financial project, where it is determined that the initial investment will be funded by a loan of 35,000 for three years on the bank of Pichincha with an interest rate of 11.83%, as a result of the financial analysis, the project is profitable in all criteria evaluation analyzed, has a positive NPV of \$ 60,296.79, partners receive value after covering your initial investment, an IRR of 1.49% above the MARR of 12.08% a PRI two years 2 months and 30 days and Cost Benefit indicating that for every dollar invested a profit of \$ 0.86 cents will be obtained. Finally it is concluded that the proposed establishment of a Veterinary Clinic is feasible both operationally and financially.

CAPITULO I

1.01 JUSTIFICACIÓN

Calderón ha crecido considerablemente, es una zona productiva en la cual se puede encontrar pequeñas microempresas que hacen de Calderón un sector económicamente activo en donde podemos encontrar Farmacias, Distribuidoras de Abastos, pet shop, la Clínica Veterinaria se convierte en una de las ideas más innovadoras que se quiere implementar en el sector, como cadena de valor, ya que actualmente existe gran insatisfacción en el mercado del servicio de veterinaria, así, como la necesidad de crear una Clínica Veterinaria que brinde un servicio innovador que se ajuste de la mejor manera a las necesidades de las personas que tengan mascotas.

La población con el pasar del tiempo ha tomado conciencia en el cuidado que se debe prestar a las mascotas, una mascota se ha convertido en un miembro más de la familia cuatro de cada cinco familias de niveles económicos medio y medio alto en el Ecuador tiene una de ellas o ha pensado en adquirirla.

En nuestros días se han incrementado el número de clínicas veterinarias que prestan servicios sin el profesionalismo que se necesita y la infraestructura inadecuada.

De acuerdo con la Asociación de Médicos Veterinarios en pequeñas especies, las mascotas preferidas en el Ecuador son los perros en un 70% mientras que los gatos tienen un índice de preferencia del 25%, hasta el momento existen 73 clínicas Veterinarias en la ciudad de Quito, en pequeñas especies, Para la realización de este estudio de factibilidad se desarrollarán, estudios de mercado que permita conocer la demanda insatisfecha, estudio técnico que permita conocer todas las actividades de desarrollo del servicio, como también cuanto espacio se necesita, en donde se puede ubicar, cuales son los procesos para el servicio, con qué equipo se debe contar, con el reconocimiento de las inversiones necesarias, un estudio de costos de producción, un estudio económico financiero que permita conocer la rentabilidad y beneficios del proyecto etc.,

Con la aplicación de este estudio, se pretende aportar de forma directa a toda la comunidad que posea mascotas y tratar de demostrar que aún se pueden mejorar los servicios en cualquier campo y generar rentabilidad satisfaciendo las necesidades de los clientes, ya que el mercado de las mascotas ha ido cambiando radicalmente, ahora tienen una posición privilegiada.

1.02 ANTECEDENTES

- Paulina Bracho (2011). Servicio Universitario virtual para el cuidado y restauración de la salud de Mascotas en el DMQ, trabajo de titulación en conformidad a los requisitos establecidos para optar el título de médico veterinario en la Universidad de las Américas, Quito- Ecuador.

RESUMEN

Healthypets, Clínica Veterinaria, es un proyecto innovador en el cual se mezclan los conocimientos de medicina veterinaria y administración, creado con el objetivo de implementar una empresa propia, la cual será la primera clínica virtual del país, minimiza de esta manera los recursos del cliente y del socio de la clínica, demuestra mediante la investigación la eficacia de ponerlo en marcha, probando su rentabilidad y viabilidad, concluyendo con la creación e implementación de la página web para el funcionamiento de la misma, determina los servicios que brindara la clínica veterinaria virtual, Analiza cada punto clave del mercado, como son la sociedad, economía, negocio, precio, plaza, promoción, producto y comportamiento del consumidor,

Tomando información eficaz y confiable uniendo información confiable de una muestra seleccionada eficazmente, alcanzando los mismos estándares de calidad y servicio que tiene la competencia, los factores que más afectan es la participación de mercado y la lealtad del cliente, pus tienen una gran trayectoria.

Brinda un servicio enfocado en una relación calidad-precio por medio de la comunicación virtual, mediante la afiliación de un seguro de medicina pre pagada de tal manera que cubra con las expectativas del cliente.

Con el flujo de efectivo e indicadores como el TIR o el VAN se prueba su rentabilidad y viabilidad técnica.

Con estos resultados se demostró la eficacia de poner en marcha una Clínica Veterinaria, pues mediante las deducciones en las encuestas y entrevistas, es notoria la aceptación de los futuros clientes.

CAPITULO II

ANALISIS SITUACIONAL

2.01 AMBIENTE EXTERNO

El ambiente externo se ve determinado por algunos factores de diversa naturaleza las cuales no necesariamente deben estar bajo el control de algún establecimiento, empresa o entidad que puede ser formal como informal tanto pública como privada que las afectan o pueden afectar sus comportamientos y resultados frente alguna adversidad, la cual debe convertirla en una oportunidad para así poder controlar todas las posibles amenazas externas que se presenten. Para el presente proyecto se tomara en discusión 5 factores:

- ✚ Factor económico
- ✚ Factor social
- ✚ Factor tecnológico
- ✚ Factor ambiental
- ✚ Factor legal

Uno de los factores más importantes en una empresa es el económico ya que es el que afecta directamente las ganancias y pérdidas por tal motivo si este factor de la economía se vuelve constante en buenas condiciones empresariales con el fin que fue creado el proyecto para cubrir y brindar los servicios necesarios eficientes, de calidad y permitirá que obtenga una rentabilidad satisfactoria con el cumplimiento de sus metas trazadas logrando un crecimiento prospero en lo económico y el poder crear una fuente de trabajo.

Existen varios indicadores que condicionaran el factor económico entre ellos se tiene:

2.01.01 PIB.-Estas siglas significan “Producto Interno Bruto” la cual es una medida económica país, durante un periodo determinado (casi siempre se lo hace a un año).

El PIB engloba el consumo privado, la inversión, el gasto público, la variación en existencias y las exportaciones netas (las exportaciones menos las importaciones)

Tabla 1 PIB Anual

PIB ANUAL	
MESES	PORCENTAJE
JUNIO 2012	6,40%
JUNIO 2013	4,80%
JUNIO 2014	5,60%

Nota: Banco Central Ecuador.

Elaborado por Andrea Moreno

Ecuador PIB-tasa decrecimiento mensual



Figura 1: Tasa de crecimiento mensual del PIB. Sacado del INEC. Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

En el mes de Junio del 2012 no fue un año generoso respecto al Producto Interno Bruto (PIB) presentando un 6.40%.

En cuanto para el mes de Junio del 2014 presenta un porcentaje de 5.60% lo cual siguen bajas, por lo tanto el actual gobierno debe buscar más inversión Nacional, como internacional para poder aumentar el producto interno bruto en el Ecuador.

2.01.02 TASA DE INTERES

Es el porcentaje al que está invertido un capital en un tiempo determinado, lo que se refiere como el precio del dinero en el mercado financiero, todas las tasas de intereses para el mercado Ecuatoriano están reguladas por el gobierno Ecuatoriano, en la cual las actividades financieras deben respetar a cabalidad, de lo contrario serán multadas de acuerdo como dicte la ley.

(<http://dspace.espol.edu.ec>)

Tabla 2 Tasa Activa

TASA ACTIVA	
AÑO	PORCENTAJE
2010	8,94%
2011	8,37%
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,21%

Nota. INEC.

Elaborado por: Andrea Moreno

Tasa Activa del Ecuador

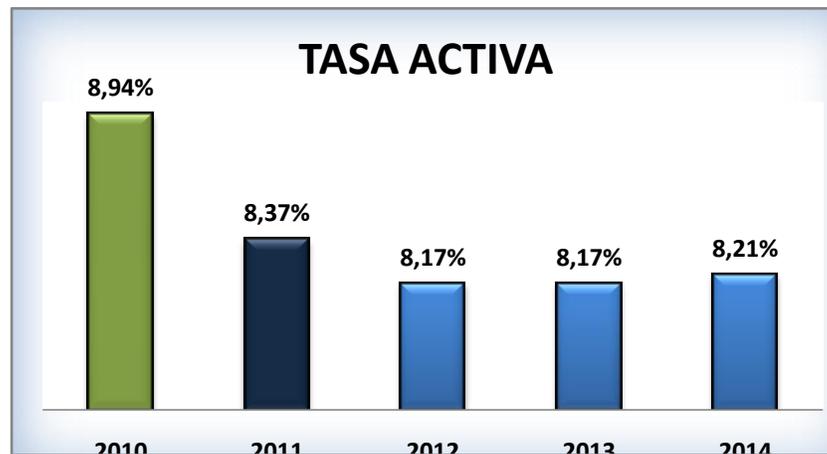


Figura 2: Tasa Activa del Ecuador. Sacado del INEC. Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

En el año 2010 la tasa activa del Ecuador presentó una tasa muy alta de 8.94%, en el transcurso de los años el porcentaje ha ido bajando y en el 2014 posee un porcentaje de 8,21%, lo que es bueno para créditos corporativos y para ciertos sectores productivos.

2.01.03 INFLACION

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

(Wikipedia.com)

Es decir la inflación es el incremento en el nivel de precios que da lugar a una disminución del poder adquisitivo del dinero. La inflación en el Ecuador hasta el mes de Junio del 2014 reporto un 3.67%.

Tabla 3 Inflación

INFLACIÓN	
Año	Porcentaje
Julio 31 2012	5,09%
Julio 31 2013	2,39%
Julio 31 2014	3,67

Nota: INEC.

Elaborado por: Andrea Moreno

Inflación del Ecuador



Figura 3: Inflación del Ecuador. Sacado del INEC. Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

El cuadro nos muestra que para el mes de Julio del 2014 en comparación con el mismo mes pero del año anterior tenemos una inflación del 2.39% lo cual significa que los precios no han tenido un incremento significativo en productos de primera necesidad, la cual trae consigo una ventaja hacia los grupos más vulnerables y ciudadanía en general con un beneficio hacia el consumidor.

2.01.04 RIESGO PAÍS

Es el riesgo de una inversión económica debido solo a factores específicos y comunes a un cierto país, mide el entorno político, económico, seguridad pública etc.



Figura 4: Riesgo País del Ecuador. Sacado del BCE. Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

El factor riesgo país es más una imagen que cada país proyecta hacia el exterior, en el figura 4 es un vivo ejemplo de cómo nos ven las empresas españolas la cual según sus análisis tenemos 400 puntos, en porcentaje da un 26% lo que quiere decir que por distintos factores no garantizamos una inversión segura ya que el riesgo país es muy alto.

2.01.05 FACTOR SOCIAL

Es un factor que tiene que ver mucho con la sociedad, estilo de vida, costumbres, raza, religión, valores éticos, morales, etc. Los cuales pueden afectar el entorno económico de una empresa como influencias culturales de la época, lo cual quiere decir que la empresa debe constantemente irse adaptando paulatinamente y seguir el compás de los cambios que vayan surgiendo para así prevalecer en el tiempo como una empresa rentable.

El desempleo en Ecuador es parte del factor social ya que si los ciudadanos no cuentan con los suficientes ingresos monetarios no tendrán poder de alcance adquisitivo, lo que provocaría una recesión en la economía.

El estudio social nos sirve para poder mantener un índice o un factor potencial en el cual las personas puedan basarse para tomar decisiones.

2.01.05.01 Análisis de la pobreza:

De acuerdo con los datos del INEC establece que hasta Diciembre del 2012 hubo una reducción de pobreza de másde un punto anual lo cual es un Porcentaje muy bajo y que el actual gobierno deberá implementar medidas que le permitan incrementar estos puntos.

Tabla 4 Desempleo

DESEMPLEO	
Año	PORCENTAJE
Marzo 31 2012	3,67%
Marzo 31 2013	4,11%
Marzo 31 2014	4,30%

Nota: INEC.

Elaborado por Andrea Moreno.

Desempleo en la ciudad de Quito

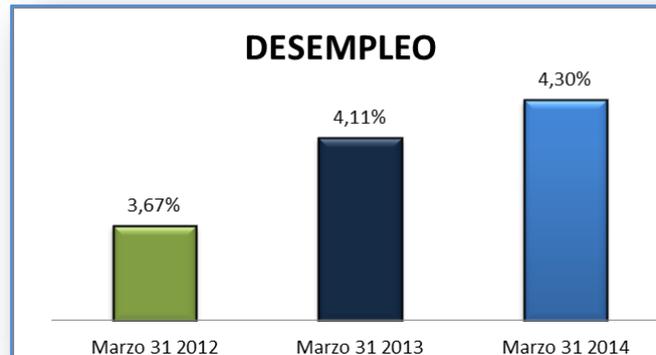


Figura 5: Desempleo en la ciudad de Quito. Sacado del INEC.
Elaborado por: Andrea Moreno

Análisis:

Como se observa en la figura la tasa de desempleo en el mes de Marzo del 2014 presenta un aumento de más de un punto porcentual del 4.30% con respecto a Marzo del 2013, lo cual no garantiza una mejora en el nivel de vida de los ciudadanos.

2.01.06 FACTOR TECNOLÓGICO

Afectan directamente los entornos empresariales, 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.

Este factor al igual que el ambiente económico es de suma importancia ya que se está constantemente actualizando procesos, un ejemplo puede ser las actualizaciones de software, lo cual permite ir mejorando la competitividad de la empresa y mejora del servicio, utilización mínima de recursos, facilidad en los procesos, genera una ventaja con su competencia en lo que son costos permitiendo adicionar un valor agregado al producto y satisfacción de una necesidad.



2.01.07 FACTOR AMBIENTAL

Este factor está directamente relacionado con lo que son los recursos naturales y desastres naturales que podrían afectar en la economía de la empresa, también se busca implementar políticas de sanidad y mejora con el medio ambiente cumpliendo con las políticas y disposiciones del Ministerio de Ambiente.

Una empresa que se encuentra constituida con todas las normativas legales de su país le permite un mejor desarrollo de crecimiento ya que al encontrarse dentro del marco legal puede aprovechar las oportunidades y algunos beneficios de crédito, incentivos, bonos por parte de entidades financieras o gobiernos, las autoridades externamente le ven como una empresa seria que les garantiza un buen servicio y productos de buena calidad.

Al estar al día con sus empleados en la parte de la ley permitirá un empoderamiento de sus trabajadores con la empresa lo que conlleva a “si el cliente interno está satisfecho y con alto grado de fidelización por añadidura conseguirá el mismo efecto en el cliente externo”.

2.02 ENTORNO LOCAL

2.02.01 Las cinco fuerzas de Porter

La principal teoría de Michael Porter es la de Gerencia Estratégica, que estudia como una empresa o una región puede construir una ventaja competitiva, en cuanto a recursos, trabajos, tecnologías y herramientas, y sobre ella desarrollar una estrategia competitiva, respecto a los adversarios.

En el análisis de Porter se describen las cinco fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía, que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado; para el economista Michael Porter estas fuerzas marcarían el éxito o el fracaso de un sector o de una empresa.

(fuerzasdeporter.blogspot.com)

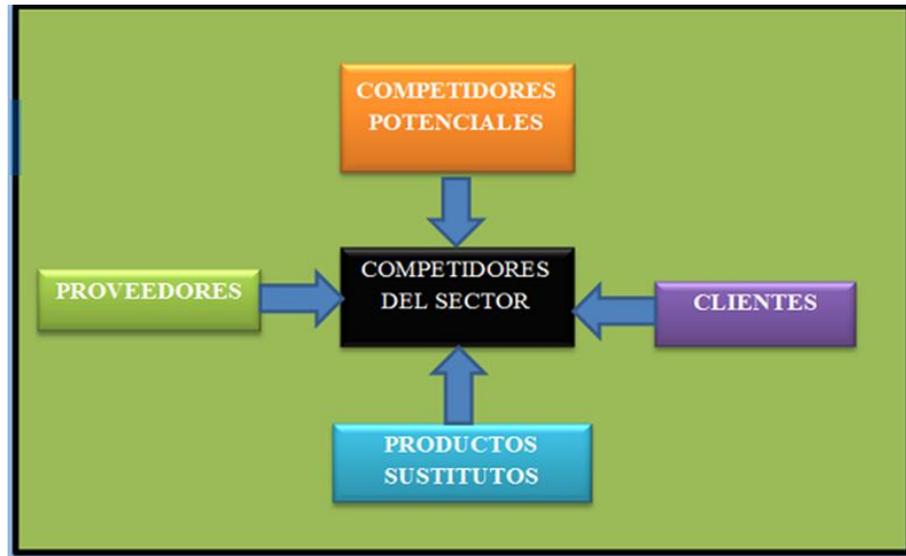


Figura 6: Fuerzas de Porter. Sacado de blogspot.com. Elaborado por: Andrea Moreno.

2.02.01.01 Amenaza de nuevos entrantes:

Al ser varias las actividades desarrolladas por la Clínica Veterinaria, también son múltiples las posibilidades de que nazcan negocios que brinden productos o servicios similares.

En lo que cuenta con las actividades asistenciales, es posible que se implanten más clínicas veterinarias en la Parroquia de Calderón. El entorno deberá ser vigilado para estar informados sobre las novedades que sucedan a nuestro alrededor para poder mejorar e innovar la empresa. Se tomara en cuenta lo siguiente:

-Diferencias de producto en propiedad.

-Valor de la marca.

-Costes de cambio.

-Requerimientos de capital.

-Acceso a la distribución.

-Ventajas absolutas en coste.

-Represalias esperadas.

-Acceso a canales de distribución.

-Mejoras en la tecnología.

2.02.01.02 Amenaza de productos sustitutos:

Será analizada la existencia de productos que puedan suplir las necesidades de los Clientes. En este ámbito podemos ejemplificar la existencia de las tiendas de mascotas. - Existencia de barreras de entrada. Propensión del comprador a sustituir.

-Precios relativos de los productos sustitutos.

- Coste o facilidad de cambio del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.

2.02.01.03 Poder de negociación de los clientes:

Se observarán las características del mercado para determinar la capacidad que tienen

Los clientes para negociar los precios o servicios ofrecidos por la empresa.

- Sensibilidad del comprador al precio.
- Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.
- Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.
- Disponibilidad de información para el comprador.
- Existencia de sustitutos

2.02.01.04 Poder de negociación de los proveedores:

Se harán entrevistas en profundidad para determinar la capacidad de los proveedores

Para incidir en los costos de suministro. Los proveedores que van a abastecer de medicamentos y productos veterinarios a la Clínica Veterinaria son: Ecuaquímica, Agrovvet y Agryvet.

Se tomara en cuenta lo siguiente:

- Facilidades o costes para el cambio de proveedor.
- Grado de diferenciación de los productos del proveedor.
- Presencia de productos sustitutos.
- Concentración de los proveedores.
- Coste de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.

2.02.01.05 Rivalidad entre los competidores.

Se debe presidir un estudio sobre las veterinarias del sector en cómo están prestando sus servicios médicos veterinarios, así como también que tipo de estrategias están manejando y de acuerdo a esto implementar un plan que permita ser competitivo.

Puede ser un ejemplo el tipo de precios que tengan o como también en la clase de servicios que ofrecen en referencia con la actual clínica.

-Poder de los compradores.

-Diversidad de competidores..

-Valor de la marca.

-Cuota de coste fijo por valor añadido.

-Estudiodel ambiente externo.

(<https://GavilanePacheco.pdf>)

2.03 ANALISIS INTERNO

Para el diagnóstico interno será necesario conocer las fuerzas al interior que intervienen para facilitar el logro de los objetivos y sus limitaciones que impiden el alcance de las metas de una manera eficiente y efectiva.

En la ciudad de Quito existen 73 clínicas veterinarias, en la parroquia de Calderón existen 9 clínicas veterinarias funcionando legalmente.

La creación de una clínica veterinaria representa un sistema de administración, recursos humanos, recursos materiales, recursos financieros, recursos tecnológicos, con todos estos puntos abiertos estratégicamente en diferentes sitios se da un balance de una atención que es regular por medio de las clínicas veterinarias existentes en Calderón por tal motivo.

Los tiempos de espera para la revisión de las mascotas son muy largos.

La falta de sensibilidad que demuestran los doctores a sus pacientes.

La falta de seguimiento y mayor control de los médicos a sus pacientes.

Siendo que una clínica veterinaria es creada para brindar una asistencia sanitaria esencial basada en métodos y tecnologías científicamente fundadas y socialmente aceptables,

Puesto al alcance de todas las familias que tienen macotas en la comunidad, mediante su plena participación y a un costo que la comunidad y el país puedan soportar.

La atención primaria forma parte integrante tanto del sistema nacional de salud del que constituye la función central y el núcleo principal, como del desarrollo social y económico global de la parroquia.

2.03.01 Propuesta estratégica

Son acciones directamente relacionadas con la población del sector, se utilizara las 4 p.

- Precio
- Plaza
- Producto
- Promoción

Se iniciara por el servicio, al aplicar las 4 p se busca un objetivo primordial que es Servicio de calidad que se oferta a los clientes, con la finalidad de satisfacer una necesidad a corto, mediano y largo plazo.

Precio

En cuanto al precio se analizará y enfocará en la economía de los usuarios la rentabilidad que se va a generar a futuro, la cual se obtendrán por servicios prestados dependiendo el alcance y las metas que se quieran alcanzar.

Plaza

Respectivamente a la plaza se tiene mucha ventaja, la razón es que no hay clínicas Veterinarias cercanas. Una contribución hacia la población será que los usuarios accederán a un servicio de calidad y precios cómodos.

Promoción

La promoción será por propaganda mediante el volanteo en lugares de alta concentración de personas.

Producto

Se realizará un estudio de mercado con el objetivo final de aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de una serie de productos que cubran la demanda insatisfecha de los consumidores.

Al realizar el análisis del consumidor se busca detectar las necesidades de los clientes para así poder determinar un correcto Servicio que se les brindaran, con el fin de conseguir satisfacer al cliente prestando un servicio de alta calidad.

2.03.02 NOMBRE DE LA CLÍNICA Y ESLOGAN



2.03.03 Objetivos

2.03.03.01 Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una clínica veterinaria en la parroquia de Calderón que mejore las condiciones de vida de los animales, brindar servicios de alta calidad, que sea sustentable y genere rentabilidad.

2.03.03.02 Objetivos específicos

- Conocer y cuantificar la demanda insatisfecha de una clínica veterinaria
- Realizar un estudio de mercado para determinar el segmento de la población al cual se va a dirigir el establecimiento, las estrategias que se van a usar para incluir en el segmento de mercado seleccionado y la demanda potencial estimada de este segmento.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad del proyecto.
- Establecer la factibilidad y rentabilidad del proyecto a través de indicadores financieros como (TIR, VAN, COSTO /BENEFICIO)
- Contribuir a la prevención y solución de problemas en la salud animal mediante, el adecuado manejo terapéutico y la implementación de medidas preventivas.

2.03.04 Principios

2.03.04.01 Visión

Ser una clínica veterinaria preocupada por la calidad de vida y vigilancia de todos nuestros pacientes con un control exhaustivo y buscar el bienestar de toda la comunidad de Calderón.

2.03.04.02 Misión

Somos un centro completo de profesionales que brinde servicios de calidad a pequeñas especies. Brindando a través de asesoría y capacitación, la prevención y salud de las mascotas.

2.03.04.03 Valores

Consideración de las mascotas como destinatario de nuestro servicio en función del Profesionalismo que brindamos.

Trabajo en equipo de todo el personal en busca de cumplir los objetivos planteados. Eficiencia en nuestro compromiso de servicio y gestionando de manera eficiente los recursos para lograr los resultados que se esperan.

- Ética.- Actuar siempre en forma recta y ajustada a los más altos principios éticos morales con un adecuado manejo de recursos y entorno con coherencia en el trato con los demás.
- Respeto.- Es fundamental para nuestra organización ya que se debe brindar una excelente atención y consideración a nuestros clientes, viene enfocado en la manera de cómo queremos ser tratados y ese sentimiento transmitirlos a los demás.
- Confianza.- Es la seguridad de buen servicio que expresamos con emociones en forma física a los clientes con la seguridad de poseer excelentes profesionales en las distintas áreas.
- Honestidad.- Es un apego del personal en la forma de comportarse y expresarse de manera sincera y coherente actuando siempre con la verdad y la justicia en

una búsqueda de la satisfacción de la comunidad antes que nuestros propios intereses.

- Responsabilidad.- La virtud de nuestro personal de asumir una serie de decisiones de manera consiente, por lo cual también las consecuencias de las acciones tomadas de responder de las mismas a quien corresponda.
- Mejora continua.- Nos conlleva a una mejora constante de los procesos de atención de tecnología en función de la satisfacción de nuestros usuarios.
- Compromiso social.- se diseñaran con sentido de responsabilidad social, en busca de favorecer a los más desprotegidos, como son mascotas con discapacidad.
- Trabajo en equipo.- intercambio de opiniones con integración del equipo de trabajo en busca de una mejora continua en todos los aspectos relacionados con el bienestar de los usuarios.
- Lealtad.-es el cumplimiento de las normas de privacidad, fidelidad, aplicando al 100% los valores éticos hacia nuestros usuarios.

2.03.05 Políticas internas.-serán las siguientes:

- 1.- personal altamente capacitado en brindar un servicio de calidad
- 2.- profesionalismo de don de servicio a los clientes.
- 3.- transmitir carácter y actitud de confianza



Figura 7: Gestión Administrativa. Elaborado por: Andrea Moreno.

2.03.05.01 Funciones de la Gestión Administrativa

2.03.05.02 Administrador Gerente

Es la persona encargada de dirigir, organizar, coordinar, supervisar y diseñar estrategias manteniendo un ambiente de trabajo grupal consolidado, buscar el alcance de metas para cumplir los objetivos con eficiencia y buen desempeño en las distintas actividades tanto administrativas como económicas. Será encargado de la atención a los usuarios.

2.03.05.03 Médico Veterinario

El médico veterinario está encargado de la consulta externa y de atender a las mascotas, realizar pequeñas cirugías, inyecciones, vacunas, desparasitaciones etc.

2.03.05.04 Técnico Veterinario

El Técnico Veterinario ayudará al médico veterinario preparando los instrumentos necesarios para que el médico veterinario realice su labor.

2.03.06 Gestión Operativa

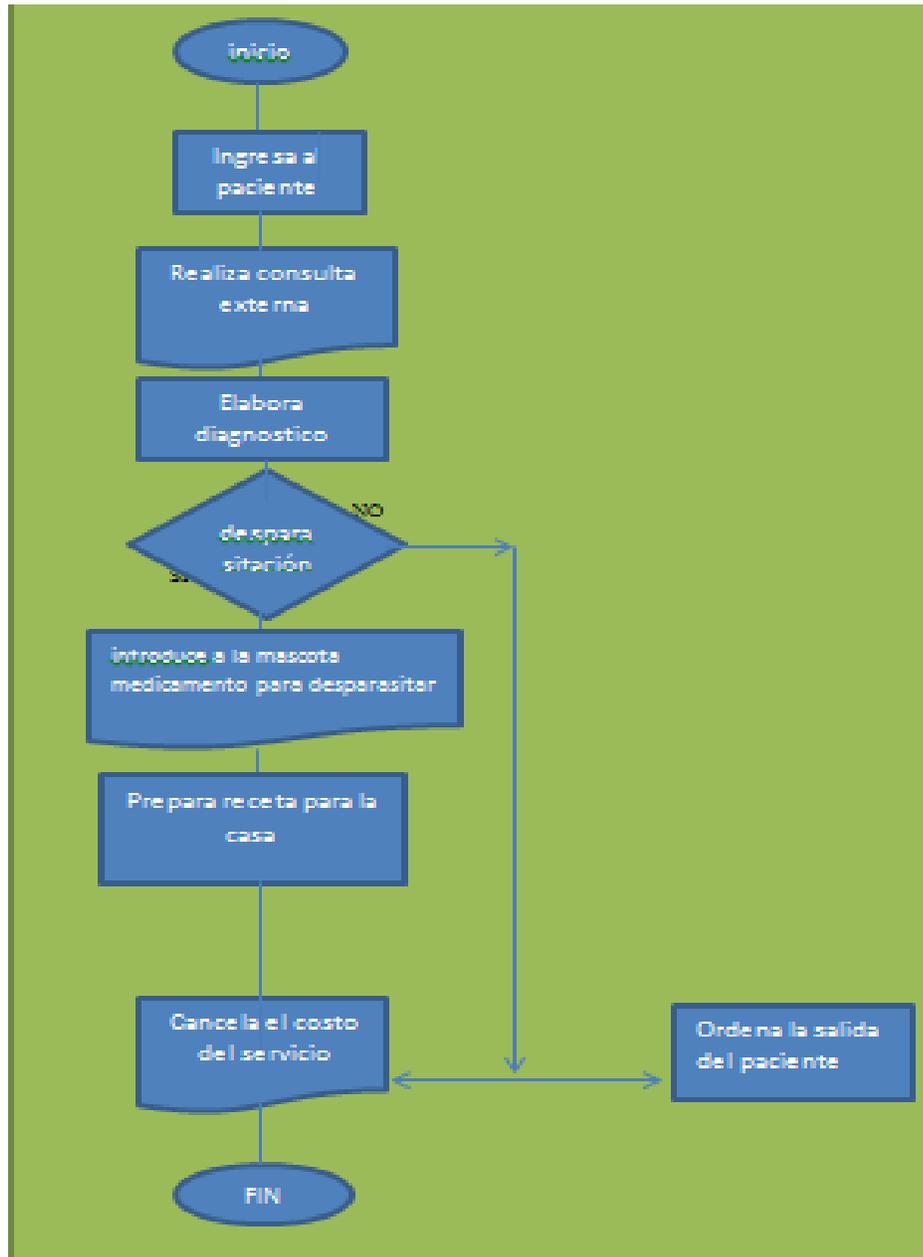


Figura 8: Gestión Operativa. Elaborado por: Andrea Moreno.

2.04 ANÁLISIS FODA

Es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto y se analiza situaciones internas (que se pueden controlar como clientes, precios, proveedores y situaciones exteriores (las cuales no se pueden controlar como, competencia, normas que están aplicadas por el Ministerio de Salud)

- **Fortalezas:** Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al proyecto de otros de igual clase.
- **Debilidades:** Las debilidades se refieren a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización.
- **Oportunidades:** Las oportunidades son aquellos factores, positivos, que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados.
- **Amenazas:** Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas

Tabla 5 Análisis FODA

<p>INTERNOS</p>	<p><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal calificado • Buena ubicación • Anunciarlos por volanteo • Precios accesibles 	<p><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos • Falta de algunos aparatos y equipo médico • Nuevos en el sector • Pagar renta
	<p>EXTERNOS</p>	<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento • Lugar muy transitado • Gente que se preocupa por sus mascotas • La ciudad a diferencia del campo nos provee muchas mascotas

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Tabla 6 Matriz MEFI

FACTOR A ANALIZAR	VALOR	CALIFICACION	TOTAL PONDERADO
FORTALEZAS			
Personal calificado	0.12	2	0.24
Buena ubicación	0.10	4	0.40
Anuncios por volanteo	0.08	3	0.24
Precios accesibles	0.14	2	0.28
DEBILIDADES			
Falta de recursos	0.15	3	0.45
Falta de algunos aparatos y equipo medico	0.12	2	0.24
Nuevos en el sector	0.15	4	0.6
Pagar renta	0.14	3	0.42
Total	1.00		2.82

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno

La ponderación del resultado da un total de 2.82 lo cual quiere decir que tiene una Posición interna fuerte dentro de la organización, pero aún debe de haber algunas mejorías para reducir las debilidades, tener un mejor aprovechamiento de las fortalezas y de los recursos para tener un mejor resultado.

Tabla 7 Matriz MEFE

Factor a Analizar	Valor	Calificación	Total Ponderado
OPORTUNIDADES			
Financiamiento	0.12	4	0,48
lugar muy transitado	0.15	4	0,6
gente que se preocupa por sus mascotas	0.12	3	0,36
la ciudad a diferencia del campo nos provee muchas mascotas	0.14	3	0,42
AMENAZAS			
competencia desleal	0.09	2	0,18
errores cometidos por la inexperiencia	0.14	3	0,42
inflación	0.12	3	0,36
tecnología	0.12	2	0,24
TOTAL	1,00		3,06

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno

El ponderado en la Matriz MEFE da 3.06 lo que es un poco favorable para nosotros en el ambiente externo

Tabla 8 Análisis Estratégico mediante la Matriz MAFE

<p>SECTOR EXTERNO</p> <p>SECTOR INTERNO</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • financiamiento • lugar muy transitado • gente que se preocupa por sus mascotas • la ciudad a diferencia del campo nos provee de muchas mascotas 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • competencia desleal • errores cometidos por inexperiencia • inflación • tecnología
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • personal calificado • buena calificación • anunciarse por volanteo • precios accesibles 	<p>ESTRATEGIA F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • cumplir con las leyes y normas respectivas • la creación d entorno de trabajo de alto rendimiento • crear un sitio web para la clínica veterinaria. 	<p>ESTRATEGIA D-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • sistema de distribución de bajo costo • obtener capacidades tecnológicas.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • falta de recursos • falta de algunos aparatos y equipos médicos • nuevos en el sector • pagar renta. 	<p>ESTAREGIA F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • mejor funcionamiento y rendimiento económico • clientes más fieles y satisfechos • sistema de trabajo que permita minimizar los errores. 	<p>ESTRATEGIA D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • prestamos en entidades financieras • desarrollar imagen a atreves de la atención personalizada • campañas comerciales para clientes.

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno

2.04.01 Matriz de perfil competitivo (MPC)

Es una herramienta analítica que identifica a los competidores más importantes de una empresa e informa sobre sus fortalezas y debilidades particulares.

Los resultados de ellas dependen en parte de juicios subjetivos en la selección de factores, en la asignación de ponderaciones y en la determinación de clasificaciones, por ello debe usarse en forma cautelosa como ayuda en el proceso de la toma de decisiones.

Procedimiento para su desarrollo

1. Se identifican los factores decisivos de éxito en la industria, así como los competidores más representativos del mercado.
2. Asignar una ponderación a cada factor ponderando de éxito con el objeto de indicar la importancia relativa de ese factor para el éxito de la industria.

0.0 = sin importancia

1.0 = muy importante

NOTA: La suma debe ser igual a 1.

3. Se asigna a cada uno de los competidores, así como también a la empresa que se está estudiando, la debilidad o fortaleza de esa firma a cada factor clave de éxito.

1 = Debilidad grave	3 = Fortaleza menor
2 = Debilidad menor	4 = Fortaleza importante

4. Multiplicar la ponderación asignada a cada factor clave por la clasificación correspondiente otorgada a cada empresa.

5. Sumar la columna de resultados ponderados para cada empresa. El más alto indicara al competidor más amenazador y el menor al más débil.

Tabla 9 Matriz de perfil competitivo (MCP)

Empresa 1 "LITTLE PET"			Empresa 2" PET SHOP"		
FACTORES CRÍTICOS PARA EL EXITO	PESO	C	PESOPONDERADO	C	PESO PONDERADO
Condiciones de los locales de acuerdo a la ley	0.20	3	0.60	4	2.40
Posición financiera	0.40	1	0.40	4	1.60
Responsabilidades establecidas se cumplen en su mayor parte	0.20	3	0.60	4	2.40
Falta de capacitación del personal que labora en la clínica veterinaria	0.10	1	0.10	2	0.20
Falta de un plan estratégico a corto y mediano plazo	0.10	3	0.30	3	0.90
TOTAL	1.00		2.00		5.50

Nota: cuadro de la matriz de perfil competitivo. Elaborado por Andrea Moreno

Análisis: Con respecto a la matriz del perfil competitivo la empresa número 2 con un peso ponderado de 5.50 es más fuerte en relación a la empresa número 1 que tiene un peso de 2.00, ya que la empresa 2 esta posesionada en el mercado.

2.04.02 Matriz cuantitativa de la planeación estratégica (MCPE)

Es una herramienta que permite a los estrategas evaluar las estrategias alternativas en forma objetiva, con base en los factores críticos para el éxito, internos y externos identificados con anterioridad.

Procedimientos para realizar la (MCPE)

Tome las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas definidas en el FODA.

Adjudique a cada factor los pesos definidos en la MEFI y la MEFE. Retome las estrategias definidas en el FODA, Estas se deben listar en la parte superior de la matriz.

Luego se debe cotejar el atractivo relativo de cada estrategia contra cada fortaleza, debilidad, amenaza y oportunidad. Asigne una calificación de 1 a 4: 1 = no es atractiva 2 = algo atractiva 3 = bastante atractiva y 4 = muy atractiva.

La calificación responde a la pregunta ¿Afecta este factor la elección de la estrategia? Si la respuesta es sí, se asignan los valores necesarios.

Si la respuesta es no, se dejan en blanco. Se deben sumar las calificaciones ponderadas obtenidas por cada una de las estrategias alternativas.

Mientras mayor sea la calificación obtenida por la estrategia, es más atractiva su Implementación para la empresa.

De esta forma se obtiene una priorización de las estrategias que se han escogido para implementar.

En este caso las estrategias que se ha escogido son las siguientes:

Estrategia 1: Aprovechar la situación de la empresa mientras no exista mucha competencia en el sector.

Estrategia 2: crear un sitio web para dar a conocer mejor nuestros servicios.

Estrategia 3: Brindar atención personalizada al cliente

Estrategia 4: proveer de la mejor tecnología para nuestros pacientes.

Matriz Cuantitativa de la Planeación Estratégica

Tabla 10 Matriz cuantitativo de planeación estratégica (MCPE)

	PESO	ESTRATEGIA 1		ESTRATEGIA 2		ESTRATEGIA 3		ESTRATEGIA 4	
		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
FORTALEZAS									
Personal calificado	0.05	-	-	-	0.05	-	0.05	-	0.05
Buena ubicación	0.10	3	0.30	-	0.10	-	0.10	-	0.10
Anuncios por volanteo	0.11	-	-	-	0.11	-	0.11	-	0.11
Precios accesibles	0.10	-	-	-	0.10	-	0.10	-	0.10
DEBILIDADES									
Falta de recursos	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45	2	0.45
Falta de algunos aparatos y equipos médicos	0.07	-	-	4	0.28	-	0.07	-	0.07
Nuevos en el sector	0.10	3	0.30	3	0.10	-	0.10	-	0.10
Pagar renta	0.06	-	-	3	0.18	-	0.06	-	0.06
OPORTUNIDADES									
Financiamiento	0.10	3	0.30	-	0.30	-	0.10	-	0.10
Lugar muy transitado	0.07	-	-	-	0.07	-	0.07	-	0.07
Gente que se preocupa por sus mascotas	0.07	-	-	-	-	-	0.07	-	0.07
La ciudad a diferencia del campo nos provee muchas mascotas	0.05	-	-	-	0.05	-	0.05	-	0.05
AMENAZAS									
Competencia desleal	0.08	-	-	-	0.08	1	0.08	-	0.08
Errores cometidos por inexperiencia	0.10	-	0.30	3	0.30	1	0.10	-	0.10
Inflación	0.08	2	0.16	-	-	-	-	2	0.16
tecnología	0.12	2	0.24	-	-	1	0.12	2	0.24
Total	1.00	2.052.17	1.55		2.02				

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis

Respecto a la tabla la estrategia número 2 es la más atractiva para la empresa dándo un puntaje de 2.17 lo que nos quiere decir que la creación de una página web es ideal para dar a conocer mejor nuestros servicios.

CAPITULO III

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Es el estudio del comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades.

(//Wikipedia.com)

3.01.01 comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor es determinar previamente que es lo que Compraran los consumidores para así poder vender más bienes y con mayor facilidad, pues no solamente se ocupa de lo que compran, sino también del por qué, cuándo, con quién, cómo y con cuánta frecuencia realizan estas compras.

Tipos de consumidores

El estudio de los consumidores lleva a la diferenciación de dos principales tipos de consumidor, que conllevan diferentes actitudes, motivaciones y percepciones. Estos son:

Consumidor personal. Aquél que compra (o consume) los bienes y los servicios con la finalidad de satisfacer los deseos o necesidades de sí mismo.

Consumidor organizacional. El que compra para una organización entera, como son Instituciones o empresas. Es importante y relevante tener esto en cuenta dado que necesitan adquirir diferentes cantidades, con características más o menos específicas y a diferentes costos, en los cuales también pueden aplicar de mayoreo y menudeo lo cual resulta decisivo para el consumidor en cuestión.

(//Wikipedia.com)

3.01.02 población y muestra

La Población corresponde a 85.000 hab, en la Parroquia de Calderón del D.M.Q según el último censo del INEC del 2010. De lo cual se va a tomar la población de los barrios aledaños a la Clínica Veterinaria que corresponde a 8.457 hab, se dividió para 4 que son los integrantes de cada familia. Lo que da como resultado 2.114 familias.

DATOS

N= total de la población

K= nivel de confianza

e= error

p= porcentaje individual con características similares a la población (0.5)

q= porcentaje individual con características diferentes a la población (0.5)

z= nivel de confianza

n= tamaño de la muestra

Tabla 11 Cálculo de la muestra

DATOS	
N=	2.114
z=	1.96
e=	8%
P=	0.05
Q=	0.05

Nota: Andrea Moreno.
Elaborado por Andrea Moreno

$$N = \frac{z^2 * P * Q * N}{e^2 (n-1) + z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.05)(0.05) * 2.114}{(0.08)^2 (2.114-1) + (1.96)^2 (0.05) (0.05)}$$

$$n = \frac{204}{136.0032}$$

n= 149 encuestas

Total de personas a encuestar **149 P.**

3.01.03 RECOLECCION DE INFORMACIÓN

La técnica utilizada para obtener resultados que ayudaran al progreso de la investigación será la Encuesta.

ENCUESTA

Una encuesta es un estudio observacional en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población Estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

3.01.04 Análisis e interpretación de Datos

ENCUESTA

Estudio De Factibilidad para la creación de una Clínica Veterinaria en la Parroquia de Calderón Del D.M.Q, 2014

1. TIENE USTED MASCOTA?

Tabla 12 pregunta 1

Tiene usted Mascota?	Nº	%
SI	149	100%
NO	0	0%
TOTAL	149	100%

Nota: Tomado de la encuesta.

Elaborado por Andrea Moreno

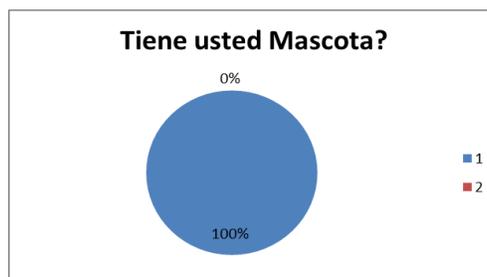


Figura 9: pregunta1. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación:

En el grafico 5 podemos apreciar que la encuesta fue hecha para las personas que tengan mascotas, por tal razón que preguntamos a las personas que si tenían mascotas antes de que llenen las encuestas. Gracias a estos resultados podemos determinar que la población tiene al menos una mascota en su familia.

2. ¿CON QUE FRECUENCIA LO LLEVA AL VETERINARIO?

Tabla 13 pregunta 2

Con que frecuencia lo lleva al Veterinario	Nº	%
mensualmente	10	7%
trimestralmente	87	58%
semestralmente	52	35%
TOTAL	149	100%

Nota:

tomado de la encuesta.

Elaborado por: Andrea Moreno

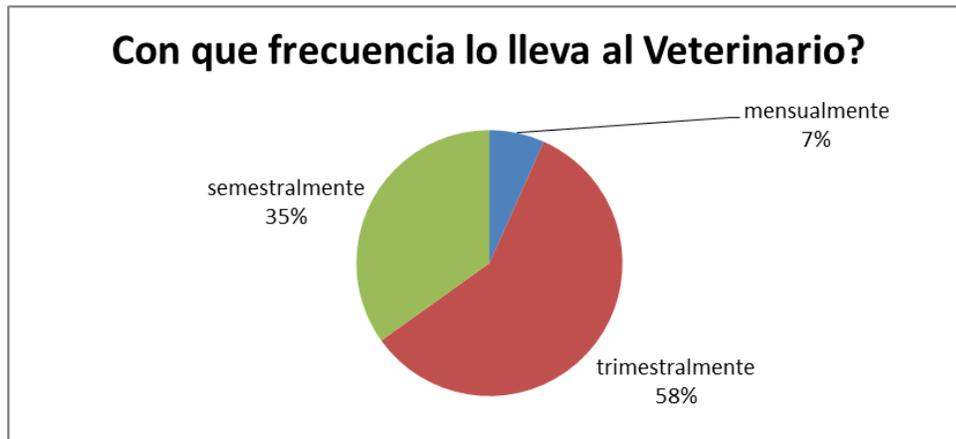


Figura 10: pregunta 2. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación:

Como observamos en el gráfico de las 149 encuestas el 58% de las personas llevan a sus mascotas trimestralmente al veterinario, un 35% lo lleva semestralmente y un 7% lo lleva mensualmente, lo que es una ventaja para la Clínica Veterinaria.

3 ¿EN QUE CLINICA VETERINARIA ATIENDE A SU MASCOTA?

Tabla 14 pregunta 3

En que Clínica Veterinaria atiende a su mascota?	Nº	%
PET SHOW	36	24%
pet shop "CAMILA"	39	26%
pet shop "PERROMANIA"	44	30%
CLINICA VETERINARIA "ARKAN"	30	20%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Moreno



Figura 11: pregunta 3. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación: En el grafico observamos que el 24% de las personas encuestadas asisten a sus mascotas en el Pet Show , el 26% asiste al pet shop Camila, el 30% en el pet shop perromania y el 20% en la Clínica Veterinaria Arkan, esto nos quiere decir que las personas asisten casi igualatoriamente a estos pet shop, lo que tenemos una ventaja ya que no son clínicas veterinarias si no tienda de mascotas.

4.- ¿POR QUÉ VISITA ESA CLÍNICA VETERINARIA?

Tabla 15 pregunta 4

Por que visita esa Clínica Veterinaria?	Nº	%
economía	14	9%
cercanía	58	39%
servicios	40	27%
confianza	37	25%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta. Elaborado por: Andrea Moreno



Figura 12: pregunta 4. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación: De las 149 encuestas el 39% respondió que visita esa clínica por la cercanía que les brinda, el 9% por la economía, el 25% por confianza y el 27% por servicios, para nosotros sería una ventaja ya que vamos a estar situados en un lugar afluente, donde va a estar al alcance de todas estas personas y vamos a mejorar nuestros servicios para que las personas se sientan satisfechas.

5.- ¿SE SIENTE SATISFECHO CON EL SERVICIO QUE LE BRINDA LA CLÍNICA VETERINARIA DONDE ACUDE?

Tabla 16 pregunta 5

Se siente satisfecho con el servicio que le brinda la Clínica Veterinaria	Nº	%
SI	65	44%
NO	84	56%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta.
Elaborado por Andrea Moreno.

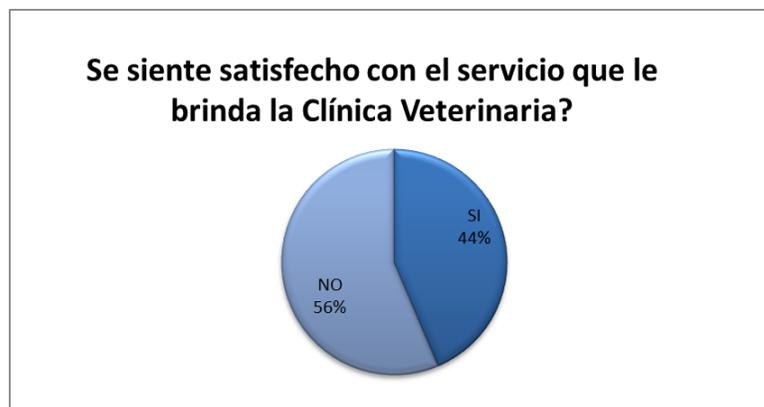


Figura 13: pregunta 5. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación: En el gráfico observamos que el 56% de las personas encuestadas no se sienten satisfechas con el servicio que les brindan, mientras que el 44% dice que se sienten satisfechas, esto nos da a entender que la demanda de un mejor servicio es la más acogida por los consumidores.

6.- NORMALMENTE CUANTOS DOLARES INVIERTE EN LA SALUD DE SU MASCOTA?

Tabla 17 pregunta 6

Normalmente cuantos dolares invierte en la salud de su mascota?	Nº	%
de 10 a 20	10	7%
de 20 a 30	41	27%
de 30 a 40	76	51%
de 40 a mas	22	15%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta.
Elaborado por Andrea Moreno.



Figura 14: pregunta 6. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación: Los moradores de la parroquia de Calderón invierten en sus mascotas de 30 a 40 Dólares trimestralmente, dependiendo de los servicios que solicite.

7.-¿CUÁLES SON LOS MOTIVOS DE SU VISITA REGULARMENTE?

Tabla 18 pregunta 7

Cuales son los motivos de su visita regularmente?	Nº	%
vacunas	98	66%
cirugia	2	1%
accesorios	3	2%
estetica	46	31%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta.
Elaborado por Andrea Moreno.

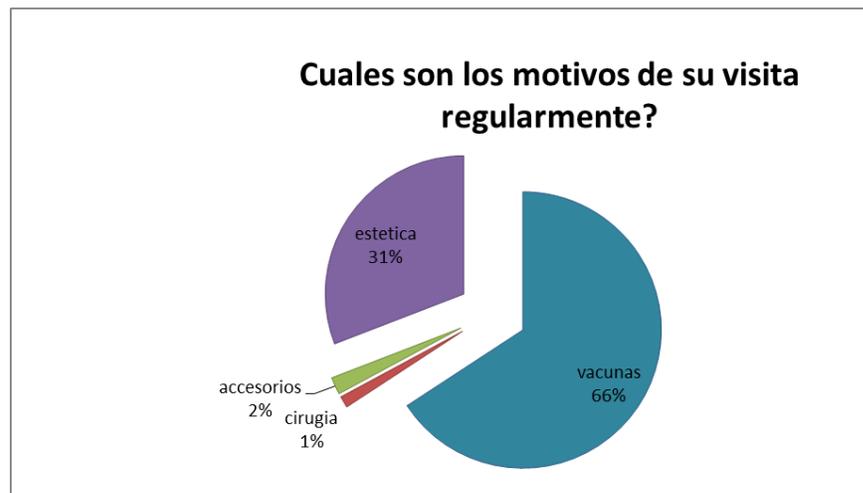


Figura 15: pregunta 7.Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación:

Los motivos de visita regularmente son por las vacunas que nos da como resultado un 66% y estética un 31% lo que nos favorece.

8.- QUE SERVICIOS CREE QUE NECESITE UNA CLINICA VETERINARIA?

Tabla 19 pregunta 8

Que servicios cree que necesite una clinia veterinaria?	Nº	%
servicio de estetica	2	1%
servicio las 24 horas	103	69%
servicio a domicilio	44	30%
accesorios	0	0%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta.
Elaborado por Andrea Moreno.

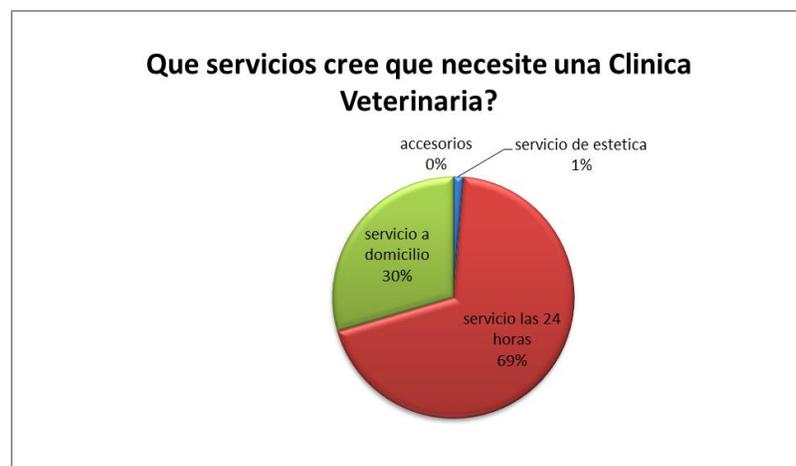


Figura 16: pregunta 8. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación:

En el gráfico observamos que un 69% de los moradores de la parroquia de Calderón creen que una clínica veterinaria debe atender las 24 horas, y un 30% que debe tener un servicio a domicilio, esto nos quiere decir que podríamos atender las 24 horas. Ya que hay demanda por este servicio.

9.- ESTARIA USTED DE ACUERDO EN LA CREACION DE UNA NUEVA CLINICA VETERINARIA?

Tabla 20 pregunta 9

Estaria usted de acuerdo en la creacion de una nueva clinica veterinaria	Nº	%
SI	128	86%
NO	21	14%
TOTAL	149	100%

Nota:

tomado de la encuesta
Elaborado por: Andrea Moreno



Figura 17: pregunta 9. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación:

De acuerdo con las personas encuestadas podemos mencionar que existe una gran mayoría que opinaron que si sería bueno la creación de una nueva Clínica Veterinaria.

10.- QUE HORARIO DE ATENCION CREE USTED QUE DEBERIA PRESTAR SERVICIO LA CLINICA VETERINARIA?

Tabla 21 pregunta 10

Que horario de atencion cree usted que deberia prestar sevicio la clinica veterinaria?	Nº	%
Lunes a viernes (8am a 8pm)	7	4%
lunes a sabado (9am a 8pm)	28	19%
lunes a domingo (10am a 7pm)	95	64%
en blanco	19	13%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta.Elaborado por: Andrea Moreno

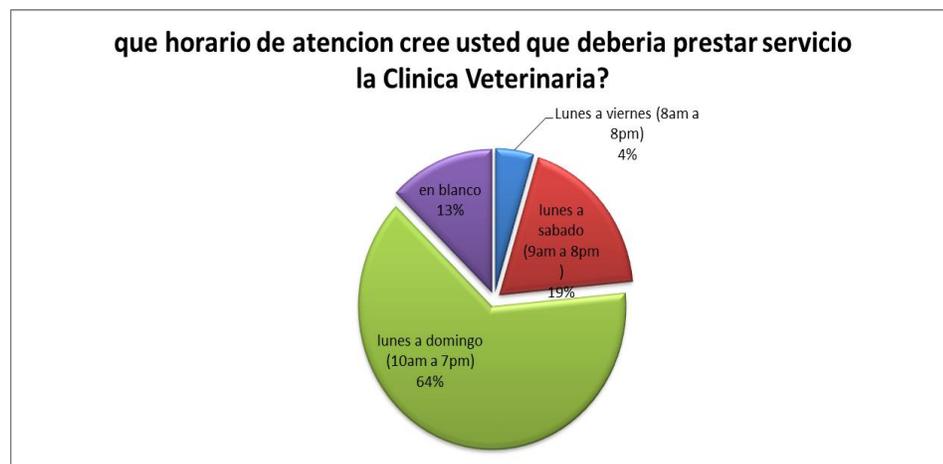


Figura 18: pregunta 10. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpretación:

Según la opinión de los encuestados manifiestan que deberían atender de lunes a Domingoya que se presentan imprevistos con sus mascotas.

11.- EN QUE LUGAR LE GUSTARIA QUE ÉSTE LA CLINICA VETERINARIA?

Tabla 22 pregunta 11

En que lugar le gustaria que este la Clinica Veterinaria	Nº	%
En el barrio Aguirre	89	60%
en el bario Teran	33	22%
en el barrio San Rafael	6	4%
en blanco	21	14%
TOTAL	149	100%

Nota: tomado de la encuesta.
Elaborado por: Andrea Moreno.

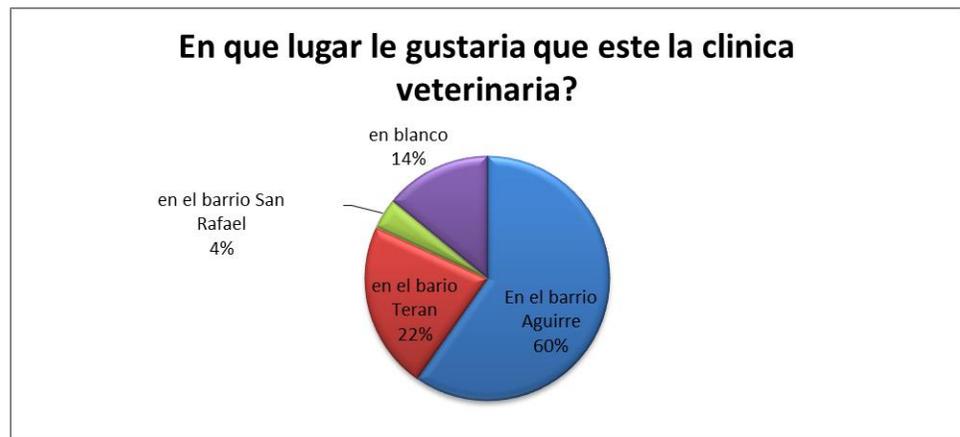


Figura 19: pregunta 11. Elaborado por: Andrea Moreno.

Interpreta

ción: Podemos mencionar con respecto a la ubicación de la nueva Clínica Veterinaria que la mayoría de los encuestados están de acuerdo que este esté localizado en el Barrio Aguirre por motivo de transporte comercio entre otros y así acceder de forma inmediata a esta Clínica Veterinaria.

3.01.05 ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Mediante la información recolectada gracias a la aplicación de la encuesta

Podemos deducir los siguientes resultados para el desarrollo de este proyecto

- ✚ Según el estudio realizado se pudo detectar que existe demanda de una clínica veterinaria, podemos mencionar que existe una gran mayoría que opinaron que si sería bueno la creación de una nueva Clínica Veterinaria.
- ✚ Un 56% resumen a sus servicios veterinarios como malos, el 44% si se siente satisfecho, siendo esos los susceptibles de ser introducidos en nuestro sector como empresa.
- ✚ El 25% de los encuestados no lleva más de un año con su pet shop donde acude, muchas veces la confianza en estos pet shop se debe ganar con el paso del tiempo, con ello queremos decir que solo una cierta porción de la población se encuentra con mucha empatía con su Tienda de mascota donde acude, dejando a los demás con la posibilidad de confiar en nuestra Clínica Veterinaria.

- ✚ La preocupación de los dueños de animales de compañía es de gran importancia en la función de los servicios veterinarios, por ello en esta pregunta nos damos cuenta que el 69% de los encuestados están dispuestos a llamar a su veterinario y llevar de inmediato a su mascota, con lo que deducimos que el servicio de 24 horas que pretende dar la Clínica Veterinaria no es mala opción
- ✚ Un 39% reflejan que solo están con su veterinario por cercanía de la casa, precio o es que no conocen a otro, gracias a esto el mercado no está muy competido.

3.02 OFERTA

3.02.01 Oferta Histórica.

Para la oferta histórica se tomó en cuenta el porcentaje de la inflación anual de la Parroquia de Calderón que corresponde al 4.2 %.

Tabla 23 Oferta Histórica

Oferta Histórica			
Año	Oferta Actual	Incremento anual	Oferta Histórica
2014	347.511,00	4,2%	14.595,46
2013	332.915,54	4,2%	13.982,45
2012	318.933,09	4,2%	13.395,19
2011	305.537,90	4,2%	12.832,59
2010	292.705,31	4,2%	12.293,62

Nota: Encuesta. Elaborado por: Andrea Moreno.

3.02.02 OFERTA ACTUAL

La oferta actual para el local se ha determinado mediante el siguiente cuadro el cual permite entrar a competir en el mercado.

Tabla 24 Oferta Actual

OFERTA ACTUAL		
Almacén	oferta actual	porcentajes
PET SHOW	87.215,00	25%
Pet shop "CAMILA"	78.982,00	23%
Clínica Veterinaria "Arkan"	68.954,00	20%
Pet shop "PERROMANIA"	112.360,00	32%
TOTAL	347.511,00	100%

NOTA: Encuesta.

Elaborado por: Andrea Moreno.

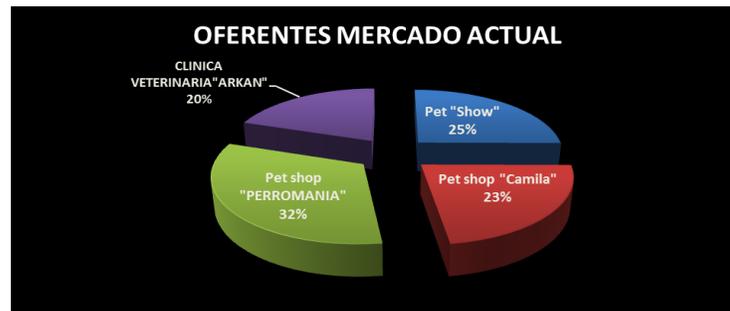


Figura 20: Oferentes del Mercado Actual. Sacado de la Encuesta.
Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis: Como se puede apreciar el mercado de oferentes de la parroquia de Calderón están con un porcentaje casi igual. Lo que no afectaría ya que son pet shop lo que interesa es la clínica veterinaria Arkan la cual esta con un porcentaje del 20% lo que es bajo y beneficia a la Clínica Veterinaria.

3.02.03 OFERTA PROYECTADA

Para el cálculo de la proyección de la oferta se toma en cuenta la pregunta 9 donde los moradores manifiestan que si estarían de acuerdo con la creación de una Clínica Veterinaria.

Tabla 25 Oferta Proyectada

Oferta Proyectada			
Año	Oferta proyectada	Incremento anual	Oferta Proyectada
2014	347.511,00	4,20%	14.595,46
2015	362.106,46	4,20%	15.208,47
2016	377.314,93	4,20%	15.847,23
2017	393.162,16	4,20%	16.512,81
2018	409.674,97	4,20%	17.206,35

Nota: Encuesta. Elaborado por: Andrea Moreno.

3.04 DEMANDA

3.04.01 DEMANDA HISTORICA

Para la demanda histórica tomamos en cuenta la demanda actual y el crecimiento poblacional de la parroquia de Calderón del D.M.Q

Tabla 26 Demanda Histórica

Demanda Histórica			
Año	Demanda Histórica	Crecimiento poblacional	Demanda Histórica
2014	2.454.120,00	3,9%	95.710,68
2013	2.358.409,32	3,9%	91.977,96
2012	2.266.431,36	3,9%	88.390,82
2011	2.178.040,53	3,9%	84.943,58
2010	2.093.096,95	3,9%	81.630,78

Nota: encuesta. Elaborado por: Andrea Moreno.

3.04.02 DEMANDA ACTUAL

Para la demanda actual se tomó en cuenta el total de la población de los barrios aledaños a la Clínica Veterinaria que corresponde a 8.457 hab. A esta población se la dividió por el número de familias que son de 4 y da como resultado 2.114

Tabla 27 Demanda Actual

Consumidores	Promedio de consume al mes	Total mensual	Demanda Total anual
2.114	\$30	63.420	761.040

Nota: Encuesta. Elaborado por: Andrea Moreno.

3.04.03 DEMANDA PROYECTADA

Tabla 28 Demanda Proyectada

Demanda Proyectada			
Año	Demanda actual	Crecimiento Poblacional	Demanda proyectada
2014	761.040,00	3,90%	29.680,56
2015	790.720,56	3,90%	30.838,10
2016	821.558,66	3,90%	32.040,79
2017	853.599,45	3,90%	33.290,38
2018	886.889,83	3,90%	34.588,70

Nota: Encuesta. Elaborado por Andrea Moreno.

3.04.04 BALANCE OFERTA – DEMANDA

El conocimiento de la Demanda y Oferta proyectada permitirá conocer la demanda insatisfecha, es decir los posibles consumidores del proyecto.

Tabla 29 Balance Oferta-Demanda

Años	OFERTA	DEMANDA	demanda insatisfecha
2014	347.511,00	761.040,00	-413.529
2015	362.106,46	790.720,56	-428.614
2016	377.314,93	821.558,66	-444.244
2017	393.162,16	853.599,45	-460.437
2018	409.674,97	886.889,83	-477.215

Nota: Encuesta. Elaborada por: Andrea Moreno.

A este valor se le multiplicó por el porcentaje de aceptación que se tuvo con respecto a la encuesta que es de 86%, se tomó la tercera parte y da como resultado 28.66%.

Tabla 30 Demanda Insatisfecha

Años	Porcentaje	Demanda insatisfecha del proyecto
2014	28,7%	118.517,41
2015	28,7%	122.840,80
2016	28,7%	127.320,25
2017	28,7%	131.961,33
2018	28,7%	136.769,78

Nota: Encuesta. Elaborado por: Andrea Moreno.

CAPITULO IV

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.01.01 capacidad instalada

Es el área con la que se dispone, para poder iniciar el funcionamiento de este nuevo local, tomando en consideración que esta capacidad debe cambiar con el paso de un periodo de tiempo. La Clínica Veterinaria contara con un área de 60 m² y estará constituida por las siguientes áreas:

Área de Recepción

- Sillas de espera
- Mostrador y accesorios (computadora y artículos de oficina)

Área de Consulta externa

- 1 mesa de exploración veterinaria
- 1 porta sueros
- 1 vitrina
- 1 servibar (refrigerador pequeño)

Área de Hospitalización

- jaulas para hospitalización de fierro esmaltado
- porta sueros de riel de techo

Área de Estética

- en esta se deben manejar cancelas con tablero en la parte baja (1 metro de altura máximo) y en la parte superior vidrio de 6mm.
- mesas de estética 100 x 60.
- 1 tina de baño 100 x 60.
- batería de jaulas de espera de 100 x 60 x 210 de altura.

Baño

- batería sanitaria y lavamanos.

4.01.02 capacidad demandada

Tabla 31 capacidad demandada

Capacidad Demandada				
	Detalle	cantidades	valor unitario	valor total
1	mostrador	1	\$ 550.00	\$ 550.00
2	sillas de espera	6	\$ 12.00	\$ 72.00
3	computador	2	\$ 439.99	\$ 879.98
4	impresora	1	\$ 60.00	\$ 60.00
5	artículos de oficina	varios	\$ 50.00	\$ 50.00
6	caja registradora	1	\$ 335.00	\$ 335.00
7	escritorio	1	\$ 100.00	\$ 100.00
8	escritorio en L	1	\$ 160.00	\$ 160.00
9	silla de oficina	2	\$ 18.00	\$ 36.00
10	vitrinas	2	\$ 290.00	\$ 580.00
11	ventilador	1	\$ 30.00	\$ 30.00
12	rotulo	1	\$ 150.00	\$ 150.00
13	alarmas	1	\$ 80.00	\$ 80.00
14	mesa de exploración	1	\$ 70.00	\$ 70.00
15	portasureos	2	\$ 35.00	\$ 70.00
16	refrigerador	1	\$ 89.99	\$ 89.99
17	jaula para hospitalización	2	\$ 35.00	\$ 70.00
18	porta sueros de riel	1	\$ 25.00	\$ 25.00
19	canceles con tablero	2	\$ 60.00	\$ 120.00
20	mesas de estética 100 x 60 cm	1	\$ 70.00	\$ 70.00
21	tina de baño 100 x 60 cm	1	\$ 150.00	\$ 150.00
22	baterías jaulas de espera	3	\$ 45.00	\$ 135.00
23	basureros	6	\$ 6.00	\$ 36.00
24	botellón de agua	1	\$ 18.00	\$ 18.00
25	extintor	1	\$ 45.00	\$ 45.00
26	cortadora de pelo	2	\$ 80.00	\$ 160.00
27	bascula	1	\$ 60.00	\$ 60.00
28	tijeras	2	\$ 7.00	\$ 14.00
29	lazo profesional para cuello y vientre	1	\$ 12.00	\$ 12.00
30	cepillo de goma	1	\$ 2.60	\$ 2.60
31	rastrillo	1	\$ 1.50	\$ 1.50
32	corta nudos	1	\$ 4.40	\$ 4.40
33	lima de uñas	2	\$ 1.25	\$ 2.50
34	corta uñas	1	\$ 4.30	\$ 4.30
35	manguera de ducha	1	\$ 33.00	\$ 33.00
36	bozales grandes	2	\$ 3.80	\$ 7.60
37	bozales pequeños	2	\$ 2.40	\$ 4.80
38	pulverizador	1	\$ 3.45	\$ 3.45
39	galón de shampoo	1	\$ 11.25	\$ 11.25
40	galón de acondicionador	1	\$ 12.50	\$ 12.50
41	esterilizador	1	\$ 135.00	\$ 135.00
42	secadora	1	\$ 70.00	\$ 70.00
43	polvo para oídos	1	\$ 7.99	\$ 7.99
44	corta hemorragias	1	\$ 8.40	\$ 8.40
45	termómetro digital	1	\$ 15.00	\$ 15.00
46	instrumental	1	\$ 55.00	\$ 55.00
47	teléfono	1	\$ 29.99	\$ 29.99
48	software de gestión para veterinaria	1	\$ 79.99	\$ 79.99
			TOTAL	\$ 4,717.24

Nota: ox.Elaborado por: Andrea Moreno

4.02 LOCALIZACION

Se entiende como localización al lugar estratégico donde se va a desarrollar el Proyecto, en este caso, para la creación de una clínica veterinaria que va a estar situada en la Parroquia de Calderón del D.M.Q, gracias a un estudio se estableció que el lugar donde se ubicará la Clínica es una zona central con concurrencia de personas donde funcionan diversos negocios.

4.02.01 Macro localización

La clínica veterinaria se realizara en la Provincia de Pichincha de la ciudad de Quito en la Parroquia de Calderón, en el Barrio Aguirre.

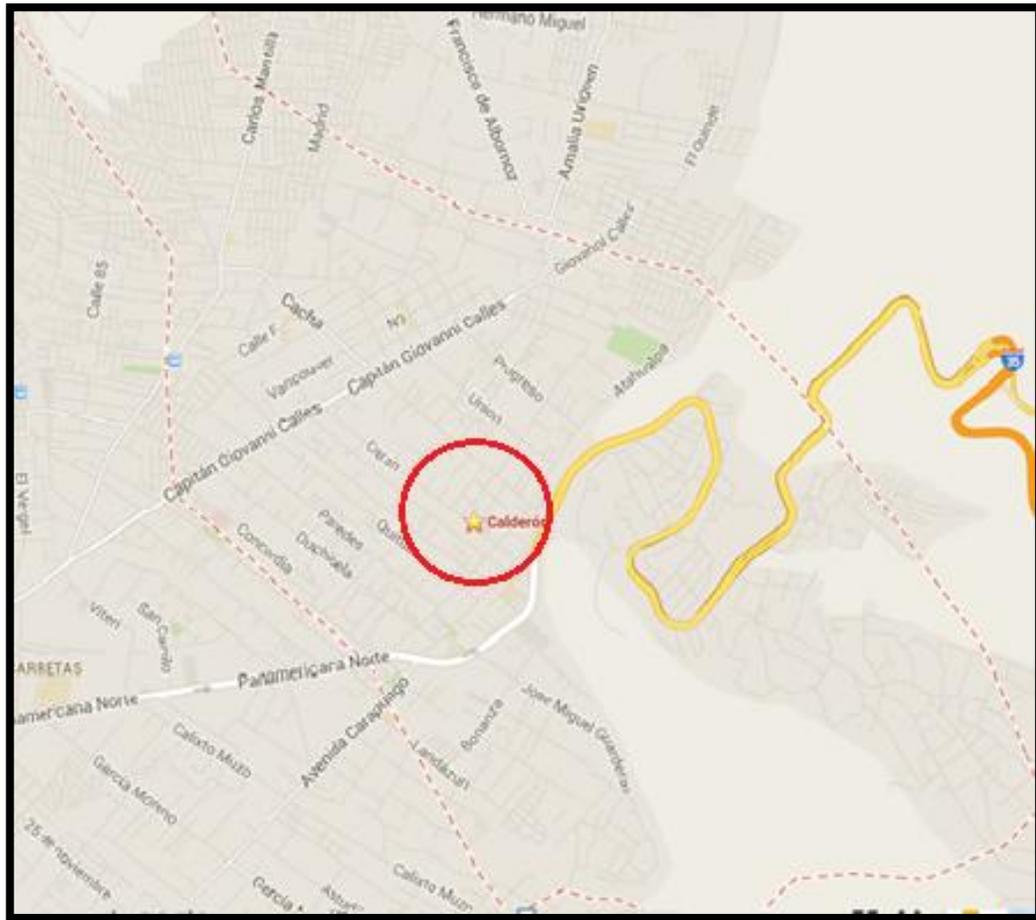
Figura Nº 4. Macro localización de Calderón



Nota: google maps
Elaborado por: Andrea Moreno.

4.02.02 Micro localización

Figura 5. Micro localización de la parroquia de Calderon.



NOTA: google maps

Elaborado por: Andrea Moreno.

Se escogió este lugar para la realización de este proyecto porque es una zona central con concurrencia de personas donde funcionan diversos negocios.

4.02.03 localización optima

Figura 6. Localización optima de Calderón.



Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

4.02.03.01 Matriz de ponderación de la microlocalización.

Es una herramienta que nos ayuda a la toma de decisiones, nos indica la variable más importante que influye sobre el resto de las variables.

Nivel de calificación	
4	Excelente
3	Bueno
2	Regular
1	Malo

Tabla 32 Matriz de Ponderación

Observación	Nivel de arriendo	Servicios Básicos	Abastecimiento	Accesibilidad	Cientes	TOTAL
Barrio Aguirre	3	4	4	4	4	19
Barrio Terán	3	3	2	2	1	11
Barrio San Rafael	3	2	2	1	1	9

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Se escogió este lugar porque es muy transitado ya que tiene muchas vías de acceso, el nivel de arriendo es bueno, posee todos los servicios básicos, está cerca del centro de salud y una cooperativa de taxis y muchas personas transitan por esta calle así que el lugar es excelente para la creación de una Clínica Veterinaria.

4.03 INGENIERIA DEL PRODUCTO

4.03.01 Definición del Bien y Servicio

Son bienes materiales e inmateriales que poseen un valor económico y que, por ende, son aptos de ser valuados en términos monetarios y Servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de la gente.

La veterinaria "Little Pet" prestara ambos servicios.

([http://es.wikipedia.org/wiki/.](http://es.wikipedia.org/wiki/))

4.03.02 Distribución de la planta

La Clínica Veterinaria "Little Pet" contará con las siguientes áreas:

Área de Recepción

Es donde se recibe llamadas se atiende dudas y se coordina los servicios. Las personas que atienden la recepción son ATV, auxiliares técnicos veterinarios con la preparación suficiente para entender las demandas y necesidades.

Área Administrativa

Se encarga de Programar, organizar y controlar los recursos humanos, financieros y materiales, así como los servicios generales que la Dirección necesita para el desarrollo de sus funciones.

Área de Consulta externa

La consulta general. Suele ser el primer contacto con la clínica y con el equipo médico, es fundamental que proporcionen la máxima información posible cualquier detalle puede ser importante para el desarrollo del diagnóstico.

Área de Hospitalización

Es la aérea donde se realizaun exhaustivo control a cada uno de los pacientes que requieren terapia y monitorización continuada, recuperación de pacientes post-quirúrgicos, medición de la presión arterial, temperatura, pulso, respiraciones, etc.Cada 2-3 horas según prescripción veterinaria a la vez reciben la medicación reseñada por el veterinario, alimentación correspondiente y control de las defecaciones y micciones.

✚ Área de Estética

En la área de estética se realizara todos los estilos de corte de acuerdo a cada raza. El servicio incluye el corte de pelo, baño, peinado, limpieza de oídos y sacos anales, así como corte de uñas. También tenemos baños plaguicidas y garrapaticidas, así como baños medicados en caso de que la mascota lo requiera.

4.03.02.01 Áreas de la Clínica Veterinaria "LITTLE PET"

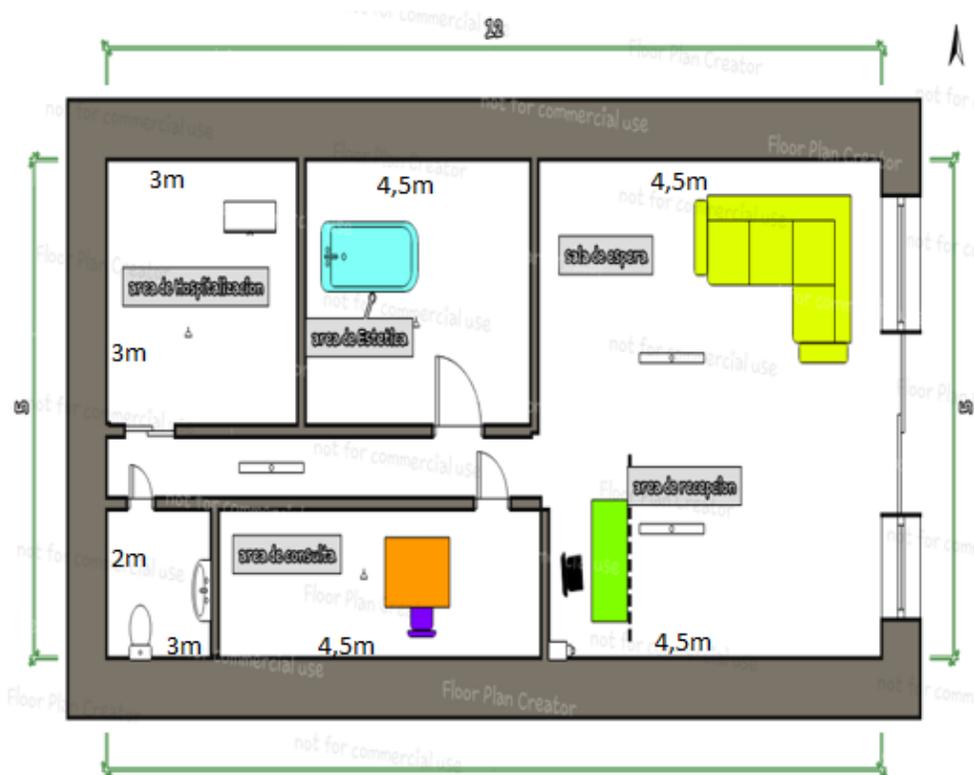


Figura 21: Áreas de la Clínica Veterinaria. Elaborado por: Andrea Moreno.

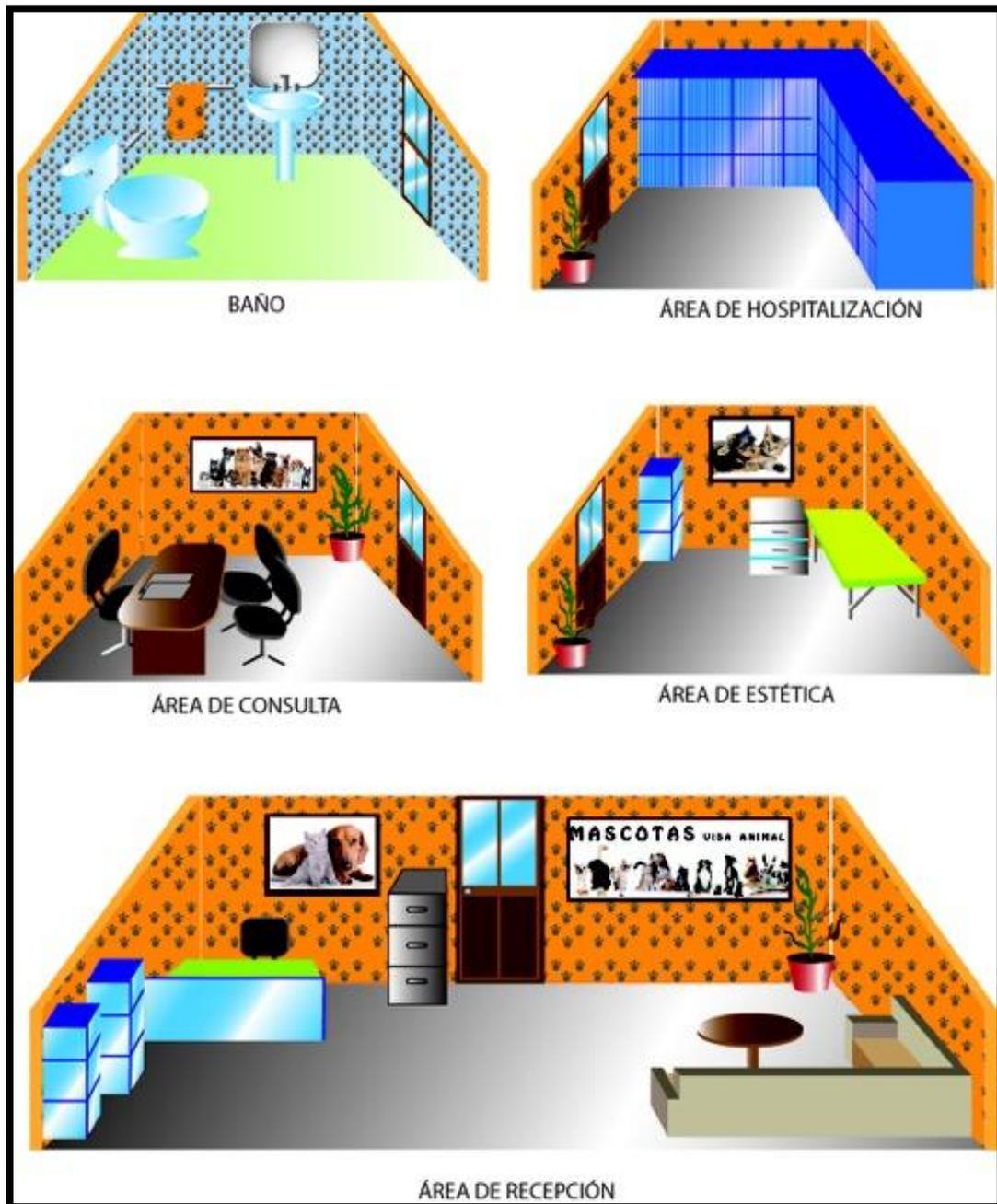


Figura 22: plano grama de la Clínica Veterinaria. Elaborado por: Andrea Moreno.

4.03.03 Maquinaria y Equipos

4.03.03.01 Maquinaria

T

Tabla 33 Maquinaria de la CV "Little Pet"

Maquinaria	cantidad	valor
cortadora de pelo	2	\$ 160.00
secadora	1	\$ 70.00
esterilizador	1	\$ 135.00
Bascula	1	\$ 60.00
	TOTAL	\$ 425.00

Nota: sacado de mercado libre.

Elaborado por: Andrea Moreno.

4.03.03.02 Equipos de Computación y Oficina.

Tabla 34 Equipos de computación y Oficina

Equipos de Computación	cantidad	valor
computadoras	2	\$ 879,98
impresora	1	\$ 60,00
	subtotal	\$ 939,98
Equipos de oficina	cantidad	valor
escritorio	1	\$ 100,00
escritorio en L	1	\$ 160,00
sillas	2	\$ 36,00
ventilador	1	\$ 30,00
teléfono	1	\$ 29,99
caja registradora	1	\$ 335,00
refrigerador	1	\$ 89,99
	subtotal	\$ 780,98

Nota: sacado de mercado libre. Elaborado por: Andrea Moreno.

4.03.03.03 Muebles y enseres.

Tabla 35 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	cantidad	valor
vitricas	2	580,00
canceles con tablero	2	120,00
mostrador	1	550,00
sillas de espera	6	72,00
TOTAL		1.322,00

Nota: Mercado libre.

Elaborado por: Andrea Moreno

4.04 ASPECTOS LEGALES.

DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Art. 6.- El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la Ley Orgánica de Salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos.

Art. 7.- A las direcciones provinciales de salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual, para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento, con los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
- Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
 - b) Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
 - c) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda;
 - d) 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;
 - e) Plano del establecimiento a escala 1:50;
 - f) Croquis de ubicación del establecimiento;
 - g) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,
 - h) 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.
- Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

La documentación completa será entregada en el Área de Salud a la que pertenece el establecimiento. En el caso de establecimientos que para su inspección requieren de la intervención de una de las comisiones técnicas señalada en el Art. 10 del presente reglamento el Área de Salud remitirá la documentación a la Dirección Provincial de Salud correspondiente.

Art. 8.- La Dirección Provincial de Salud a través del Proceso de Vigilancia Sanitaria Provincial realizará la verificación de la documentación presentada y emitirá el informe de la evaluación documental y verificación de la ubicación del local dentro de un plazo de 48 horas desde la fecha de recepción de la respectiva documentación por parte de esta dependencia.

Art. 9.- Si la evaluación documental es favorable, se procede a la inspección del establecimiento por parte de la comisión técnica de inspección, designada por el Director o Directora Provincial de Salud, con el propósito de verificar los requisitos sanitarios del local, saneamiento ambiental y seguridad.

Art. 10.- Para la inspección de establecimientos de: servicios de salud públicos y privados, establecimientos farmacéuticos, establecimiento de alimentos, y de los señalados en la disposición general segunda de este reglamento se conformarán comisiones técnicas constituidas por profesionales técnicos del Proceso de Vigilancia Sanitaria Provincial.

Art. 11.- La comisión técnica emitirá un informe y en el caso de ser favorable, el Proceso de Vigilancia Sanitaria Provincial procederá a ingresar los datos en el sistema de computo y entregará al usuario la orden del pago del derecho por el servicio correspondiente; una vez cancelado el valor, se emitirán los permisos de funcionamiento debidamente legalizados por el Director o Directora Provincial de Salud y Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria Provincial con sus firmas y sellos respectivos.

Art. 12.- Para el caso de los establecimientos que no requieren de la participación de las comisiones técnicas para la inspección, el Jefe del Área de Salud correspondiente remitirá a la Dirección Provincial de Salud el informe favorable de la inspección realizada al establecimiento, adjuntando el original del expediente presentado por el interesado, sobre la base de los cuales se concederá el permiso de funcionamiento, debidamente legalizado por el Director o Directora Provincial de Salud y Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria Provincial con sus firmas y sellos respectivos.

Art. 13.- En caso de que el resultado de la inspección sea desfavorable se entregará la notificación al interesado señalando el plazo concedido para que salve las observaciones encontradas. Una vez que el interesado haya cumplido con todos los requisitos podrá continuar con los trámites para la obtención del permiso de funcionamiento.

Art. 14.- Los permisos de funcionamiento se renovarán anualmente, durante los primeros 180 días de cada año, previo a la presentación y cumplimiento de los requisitos establecidos en el Capítulo II del presente reglamento, adjuntando además el permiso de funcionamiento del año anterior y el pago del derecho por el servicio correspondiente.

Art. 15.- El permiso de funcionamiento contendrá:

- Código del establecimiento.
- Número del permiso de funcionamiento.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Nombre del propietario o representante legal.

- No. RUC o cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal.
- Ubicación del establecimiento.
- Tipo de establecimiento. - Actividad(es) a las que se dedica el establecimiento.
- Categoría del establecimiento.
- Fecha de expedición.
- Fecha de vencimiento.
- Firmas y sellos de las autoridades correspondientes (Director o Directora Provincial de Salud, Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria Provincial).

Solicitud para permiso de funcionamiento.

- Planilla de Inspección.
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copias de títulos de los profesionales de la salud (registrados en el Ministerio de Salud Pública)
- Copia del Certificado del título emitido por el Conesup
- Certificado emitido por el CONSEP (para servicios de rehabilitación de drogodependientes).
- Copia del plano de las instalaciones del local

(para servicios de rehabilitación de drogodependientes).

- Copia del croquis de ubicación del local
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Tabla 36 Gastos de Constitución

Gastos de Constitución	
permisos de funcionamiento	115
patente municipal	59,5
TOTAL	174,5

Nota: ministerio de salud pública. Elaborado por Andrea Moreno

Capítulo V

5.01 INGRESOS.

5.01.02 Ingresos Operacionales.

En la Clínica Veterinaria "Little Pet" los ingresos operacionales se generan por los servicios que va prestar a las mascotas.

5.01.03 Ingresos no Operacionales.

La clínica veterinaria cuenta con ingresos no operacionales como es la venta de accesorios para mascotas

5.02 COSTOS

5.02.01 Costos Directos

Se llama coste directo al conjunto de las reparticiones en las que incurre cualquier empresa, sin importar el giro, que están directamente relacionados a la obtención del producto o servicio en torno al cual gira el desempeño de la empresa. (wikipedia, 2011)

La CV "Little Pet" comercializara productos de mascotas y prestara servicio de Estética, hospitalización, partos, vacunaciones y venta de medicamentos como antibióticos, suplementos, anestésicos, anabólicos, antiparasitarios, antiinflamatorios y hormonales que en total cuentan 35 medicamentos en stock.

Tabla Nº 37. Costos directos.

Medicamentos	cantidad	precio total
antibióticos	10	\$ 4,100.00
suplementos	10	\$ 4,000.00
anestésicos	10	\$ 1,663.25
anabólicos	10	\$ 1,440.00
antiparasitarios	10	\$ 1,500.00
antiinflamatorios	10	\$ 2,400.00
hormonales	10	\$ 2,729.00
TOTAL		\$ 17,832.25

Nota: Agrovet.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Tabla 37 Servicios de la CV "Little Pet"

SERVICIOS	COSTO
consulta	\$ 4,00
estética raza pqñ	\$ 12,00
estética raza gd	\$ 25,00
partos	\$ 65,00
vacunaciones	\$ 15,00
desparasitaciones	\$ 12,00
total mensual	\$ 3.990,00
total anual	\$47.880,00

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Tabla 38 Accesorios para mascota

Tienda Especializada			
concepto	cantidad	P.U	total
collares grandes	10	\$ 8,00	\$ 80,00
collares pequeños	10	\$ 4,00	\$ 40,00
bozales grandes	10	\$ 7,00	\$ 70,00
bozales pequeños	10	\$ 3,50	\$ 35,00
ropa grande	5	\$ 3,50	\$ 17,50
ropa pequeña	5	\$ 2,75	\$ 13,75
bebederos gds	5	\$ 4,50	\$ 22,50
bebederos pq	5	\$ 2,50	\$ 12,50
camas gd	3	\$ 12,00	\$ 36,00
camas pqñs	3	\$ 6,75	\$ 20,25
cepillos	5	\$ 3,75	\$ 18,75
rastrillos	5	\$ 3,50	\$ 17,50
platos gd	6	\$ 5,00	\$ 30,00
platos pqñs	6	\$ 3,00	\$ 18,00
juguets	varios	\$ 25,00	\$ 25,00
	total		\$ 456,75

Nota: mercado libre. Elaborado por: Andrea Moreno.

5.02.03 Gastos Administrativos.

Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio.

(fundapymes.com)

La CV "Little Pet" contará con los siguientes Gastos Administrativos:

Tabla 39 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldo de técnico de veterinario y médico veterinario	\$ 20,155,02
depreciación de equipos de oficina	\$ 172,96
depreciación de equipos de computación	\$424,99
depreciación de muebles y enseres	\$132,20
depreciación de maquinaria	\$ 13,30
permisos de funcionamiento	\$174,50
Varios	\$ 50,00
útiles de aseo	\$ 50,00
servicios básicos	\$ 120,00
arriendo	\$435,00
servicio de internet	\$ 21,00
Total	\$ 1.593,95
TOTAL ANUAL	\$ 19.127,40

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

ROL DE PAGOS DEL TECNICO DE VETERINARIA

Tabla 40 Rol de pagos del técnico Veterinario

CARGO	Técnico Veterinario				
	1	2	3	4	5
AÑOS					
SUELDO BASICO	340	370,97	404,77	441,64	481,88
VALOR HORAS	2,13	2,32	2,53	2,76	3,01
SALDO REAL	342,13	373,29	407,30	444,40	484,89
Aporte 9,35%	31,99	34,90	38,08	41,55	45,34
Aporte 11,15%	38,15	41,62	45,41	49,55	54,07
10º3	28,51	31,11	33,94	37,03	40,41
10º4	28,33	30,91	33,73	36,80	40,16
FONDOS DE RESERVA	28,51	31,11	33,94	37,03	40,41
VACACIONES	14,26	15,55	16,97	18,52	20,20
TOTAL MENSUAL	479,88	523,60	571,30	623,34	680,13
TOTAL ANUAL	5.758,58	6.283,18	6.855,58	7.480,12	8.161,56

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno.

ROL DE PAGOS DEL MEDICO VETERINARIO

Tabla 41 Rol de pagos del Médico Veterinario

CARGO MEDICO VETERINARIO					
AÑOS	1	2	3	4	5
SUELDO BASICO	850	927,44	1011,92	1104,11	1204,70
VALOR HORAS	5,31	5,80	6,32	6,90	7,53
SALDO REAL	855,31	933,23	1018,25	1111,01	1212,22
Aporte 9,35%	79,97	87,26	95,21	103,88	113,34
Aporte 11,15%	95,37	104,06	113,53	123,88	135,16
10º3	71,28	77,77	84,85	92,58	101,02
10º4	70,83	77,29	84,33	92,01	100,39
FONDOS DE RESERVA	71,28	77,77	84,85	92,58	101,02
VACACIONES	35,64	38,88	42,43	46,29	50,51
TOTAL MENSUAL	1199,70	1309,00	1428,25	1558,36	1700,33
TOTAL ANUAL	14.396,44	15.707,96	17.138,95	18.700,31	20.403,91

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno.

DEPRECIACIONES

- Computadora
- Impresora

Tabla 42 Depreciación de Equipos de Computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Años	Depreciación	Dep. acumulada	Valor en libros
0			1274,98
1	424,99	424,99	849,99
2	424,99	849,98	425
3	424,99	1274,97	0,01

Nota: Andrea Moreno

Elaborado por: Andrea Moreno.

✚ Escritorios, sillas,

Tabla 43 Depreciación de Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Años	Depreciación	Dep.Acumulada	Valor en libros
0			1720,96
1	172,096	172,096	1548,864
2	172,096	344,19	1376,768
3	172,096	172440,19	1204,672
4	172,096	344536,19	1032,576
5	172,096	516632,19	860,48
6	172,096	688728,19	688,384
7	172,096	860824,19	516,288
8	172,096	1032920,19	344,192
9	172,096	1205016,19	172,096
10	172,096	1377112,19	0

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

✚ Cortadora de pelo, báscula, secadora.

Tabla 44 Depreciación de Maquinaria

MAQUINARIA			
Años	Depreciación	Dep.Acumulada	Valor en libros
0			425
1	42,5	42,5	382,50
2	42,5	85,00	340,00
3	42,5	127,50	297,50
4	42,5	170,00	255,00
5	42,5	212,50	212,50
6	42,5	255,00	170,00
7	42,5	297,50	127,50
8	42,5	340,00	85,00
9	42,5	382,50	42,50
10	42,5	425	0

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

✚ Perchas, vitrinas, refrigerador

Tabla 45 Depreciaciones de Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Años	Depreciación	Dep.Acumulada	Valor en libros
0			1.322,00
1	132,2	132,2	1189,8
2	172.096	264,40	1057,6
3	172.096	172360,40	925,4
4	172.096	344456,40	793,2
5	172.096	516552,40	661
6	172.096	688648,40	528,8
7	172.096	860744,40	396,6
8	172.096	1032840,40	264,4
9	172.096	1204936,40	132,2
10	172.096	1377032,40	0

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno.

5.02.04 GASTOS FINANCIEROS

La CV "Little Pet" cuenta con gastos financieros debido al préstamo que se ha realizado al Banco del Pichincha por un monto de \$17.000 con una tasa de interés del 15.18%.

Tabla 46 Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Monto del préstamo	\$ 17.000
tasa de interés	15,18%
tiempo	3 años
pago mensual	\$558.41
total interés 3años	\$ 3.102,82
Total a pagar	\$20.102.82

Nota: Gastos financieros de la CV "Little Pet".
Elaborado por: Andrea Moreno.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Tabla 47 Amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
	capital	interes	pago	capital pagado
1	\$ 17.000,00	\$ 159,09	\$ 558,41	\$ 399,32
2	\$ 16.600,68	\$ 155,35	\$ 558,41	\$ 403,06
3	\$ 16.197,62	\$ 151,58	\$ 558,41	\$ 406,83
4	\$ 15.790,79	\$ 147,78	\$ 558,41	\$ 410,64
5	\$ 15.380,16	\$ 143,93	\$ 558,41	\$ 414,48
6	\$ 14.965,68	\$ 140,05	\$ 558,41	\$ 418,36
7	\$ 14.547,32	\$ 136,14	\$ 558,41	\$ 422,27
8	\$ 14.125,05	\$ 132,19	\$ 558,41	\$ 426,22
9	\$ 13.698,82	\$ 128,20	\$ 558,41	\$ 430,21
10	\$ 13.268,61	\$ 124,17	\$ 558,41	\$ 434,24
11	\$ 12.834,37	\$ 120,11	\$ 558,41	\$ 438,30
12	\$ 12.396,07	\$ 116,01	\$ 558,41	\$ 442,41
13	\$ 11.953,66	\$ 111,87	\$ 558,41	\$ 446,55
14	\$ 11.507,12	\$ 107,69	\$ 558,41	\$ 450,72
15	\$ 11.056,39	\$ 103,47	\$ 558,41	\$ 454,94
16	\$ 10.601,45	\$ 99,21	\$ 558,41	\$ 459,20
17	\$ 10.142,25	\$ 94,91	\$ 558,41	\$ 463,50
18	\$ 9.678,75	\$ 90,58	\$ 558,41	\$ 467,83
19	\$ 9.210,92	\$ 86,20	\$ 558,41	\$ 472,21
20	\$ 8.738,71	\$ 81,78	\$ 558,41	\$ 476,63
21	\$ 8.262,07	\$ 77,32	\$ 558,41	\$ 481,09
22	\$ 7.780,98	\$ 72,82	\$ 558,41	\$ 485,59
23	\$ 7.295,39	\$ 68,27	\$ 558,41	\$ 490,14
24	\$ 6.805,25	\$ 63,69	\$ 558,41	\$ 494,73
25	\$ 6.310,52	\$ 59,06	\$ 558,41	\$ 499,36
26	\$ 5.811,17	\$ 54,38	\$ 558,41	\$ 504,03
27	\$ 5.307,14	\$ 49,67	\$ 558,41	\$ 508,75
28	\$ 4.798,39	\$ 44,90	\$ 558,41	\$ 513,51
29	\$ 4.284,89	\$ 40,10	\$ 558,41	\$ 518,31
30	\$ 3.766,57	\$ 35,25	\$ 558,41	\$ 523,16
31	\$ 3.243,41	\$ 30,35	\$ 558,41	\$ 528,06
32	\$ 2.715,35	\$ 25,41	\$ 558,41	\$ 533,00
33	\$ 2.182,35	\$ 20,42	\$ 558,41	\$ 537,99
34	\$ 1.644,36	\$ 15,39	\$ 558,41	\$ 543,02
35	\$ 1.101,34	\$ 10,31	\$ 558,41	\$ 548,10
36	\$ 553,23	\$ 5,18	\$ 558,41	\$ 553,23
37	\$ 0,00	\$ 0,00		

NOTA: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno.

INTERES AÑO 1	\$ 1654.60
INTERES AÑO 2	\$ 1057.80
INTERES AÑO 3	\$ 390.42

5.02.05 GASTOS DE VENTAS

Los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus Gastos de viajes, Costo de muestrarios y exposiciones, Gastos de propaganda, Servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc.

(eco-finanzas.com)

La CV "Little Pet" contara con los siguientes gastos de vetas para darse a conocer en la Parroquia de Calderón.

Tabla 48 Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS	
Volantes	\$ 75,00
sitio web	\$ 35,00
Total	\$ 110
TOTAL ANUAL	\$ 1320,00
INAGURACION GASTOS DE VENTAS DEL PRIMER AÑO	
Disco móvil	\$ 37,50
globos	\$ 250,00
animador	\$ 35,00
Total	\$ 322,50

Nota: Andrea Moreno.Elaborado por: Andrea Moreno.

✚ Rol de pagos del administrador.

Tabla 49 Rol de pagos del Administrador

CARGO	ADMINISTRADOR				
	1	2	3	4	5
AÑOS					
SUELDO BASICO	950	1036,55	1130,97	1234,01	1346,42
VALOR HORAS	5,94	6,48	7,07	7,71	8,42
SALDO REAL	955,94	1043,02	1138,04	1241,72	1354,84
Aporte 9,35%	89,38	97,52	106,41	116,10	126,68
Aporte 11,15%	106,59	116,30	126,89	138,45	151,06
10º3	79,66	86,92	94,84	103,48	112,90
10º4	79,17	86,38	94,25	102,83	112,20
FONDOS DE RESERVA	79,66	86,92	94,84	103,48	112,90
VACACIONES	39,83	43,46	47,42	51,74	56,45
TOTAL MENSUAL	1340,84	1463,00	1596,27	1741,70	1900,36
TOTAL ANUAL	16.090,14	17.555,95	19.155,30	20.900,34	22.804,37

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

5.03 INVERSIONES DEL PROYECTO

5.03.01 Activos Fijos

Tabla 50 Activos Fijos

Capacidad Demandada				
Detalle	cantidades	valor unitario	valor total	
1	mostrador	1	\$ 550.00	\$ 550.00
2	sillas de espera	6	\$ 12.00	\$ 72.00
3	computador	2	\$ 439.99	\$ 879.98
4	impresora	1	\$ 60.00	\$ 60.00
5	artículos de oficina	varios	\$ 50.00	\$ 50.00
6	caja registradora	1	\$ 335.00	\$ 335.00
7	escritorio	1	\$ 100.00	\$ 100.00
8	escritorio en L	1	\$ 160.00	\$ 160.00
9	silla de oficina	2	\$ 18.00	\$ 36.00
10	vitrinas	2	\$ 290.00	\$ 580.00
11	ventilador	1	\$ 30.00	\$ 30.00
12	rotulo	1	\$ 150.00	\$ 150.00
13	alarmas	1	\$ 80.00	\$ 80.00
14	mesa de exploración	1	\$ 70.00	\$ 70.00
15	portasureos	2	\$ 35.00	\$ 70.00
16	refrigerador	1	\$ 89.99	\$ 89.99
17	jaula para hospitalización	2	\$ 35.00	\$ 70.00
18	porta sueros de riel	1	\$ 25.00	\$ 25.00
19	canceles con tablero	2	\$ 60.00	\$ 120.00
20	mesas de estética 100 x 60 cm	1	\$ 70.00	\$ 70.00
21	tina de baño 100 x 60 cm	1	\$ 150.00	\$ 150.00
22	baterías jaulas de espera	3	\$ 45.00	\$ 135.00
23	basureros	6	\$ 6.00	\$ 36.00
24	botellón de agua	1	\$ 18.00	\$ 18.00
25	extintor	1	\$ 45.00	\$ 45.00
26	cortadora de pelo	2	\$ 80.00	\$ 160.00
27	bascula	1	\$ 60.00	\$ 60.00
28	tijeras	2	\$ 7.00	\$ 14.00
29	lazo profesional para cuello y vientre	1	\$ 12.00	\$ 12.00
30	cepillo de goma	1	\$ 2.60	\$ 2.60
31	rastrillo	1	\$ 1.50	\$ 1.50
32	corta nudos	1	\$ 4.40	\$ 4.40
33	lima de uñas	2	\$ 1.25	\$ 2.50
34	corta uñas	1	\$ 4.30	\$ 4.30
35	manguera de ducha	1	\$ 33.00	\$ 33.00
36	bozales grandes	2	\$ 3.80	\$ 7.60
37	bozales pequeños	2	\$ 2.40	\$ 4.80
38	pulverizador	1	\$ 3.45	\$ 3.45
39	galón de shampoo	1	\$ 11.25	\$ 11.25
40	galón de acondicionador	1	\$ 12.50	\$ 12.50
41	esterilizador	1	\$ 135.00	\$ 135.00
42	secadora	1	\$ 70.00	\$ 70.00
43	polvo para oídos	1	\$ 7.99	\$ 7.99
44	corta hemorragias	1	\$ 8.40	\$ 8.40
45	termómetro digital	1	\$ 15.00	\$ 15.00
46	instrumental	1	\$ 55.00	\$ 55.00
47	teléfono	1	\$ 29.99	\$ 29.99
48	software de gestión para veterinaria	1	\$ 79.99	\$ 79.99
			TOTAL	\$ 4,717.24

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno.

5.03.02 Activos Nominales

Los activos nominales o intangibles corresponden a las marcas, patentes derechos Necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 51 Activos Nominales

Activos Nominales	
permisos de funcionamiento	115
patente municipal	59,5
TOTAL	174,5

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

5.03.03 Capital de trabajo.

Son aquellos gastos necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.

(<http://.spw.cl/proyectos/inversiones.htm>)

Tabla 52 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	
caja	\$ 500
bancos	\$ 5.000
mercadería	\$ 12.130,98
TOTAL	17.630,98

Nota: Andrea Moreno.
Elaborado por Andrea Moreno.

5.03.04 Estado de situación Inicial.

Tabla 53 Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
CLINICA VETERINARIA "LITTLE PET"			
2014			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
CAJA	\$500.00		
BANCOS	\$15,000.00		
MERCADERIA	\$66,169.00		
		PASIVOS A LARGO PLAZO	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$81,669.00		
		OBLIGACIONES BANCARIAS	\$40,000.00
ACTIVOS FIJOS		TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	\$40,000.00
MAQUINARIA	\$425.00		
MUEBLES Y ENCERES	\$1,322.00		
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1720,96	PATRIMONIO	
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1274,98		
		CAPITAL SOCIAL	43590,50
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$1,747.00		
		TOTAL PATRIMONIO	43590,50
ACTIVOS DIFERIDOS			
		TOTAL PASIVO +	
PATENTES	\$59.50	PATRIMONIO	\$83,590.50
PERMISOS	\$115.00		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$174.50		
TOTAL ACTIVOS	\$83,590.50		

Nota: Andrea Moreno.Elaborado por: Andrea Moreno.

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Tabla 54 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

Total Activos	\$17.130,98
préstamo	\$ 17.000
Patrimonio	\$ 5.048,42

Nota: Andrea Moreno.
Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

El proyecto estará financiado en su mayor parte por el préstamo al banco Pichincha que se realizó el cual es \$ 17.000, así podremos poner en marcha el proyecto.

CAPITULO VI

6.01 Pronóstico Financiero.

6.01.01 Estado de Pérdidas y Ganancias.

Tabla 55 Estado de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Clínica Veterinaria "Little Pet"					
sep-14					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 118.517,41	\$ 124.668,46	\$ 131.138,76	\$ 137.944,86	\$ 145.104,20
Costo de ventas	\$ 66.169,00	\$ 69.603,17	\$ 73.215,58	\$ 77.015,46	\$ 81.012,57
UT. B. VTAS	\$ 52.348,41	\$ 55.065,29	\$ 57.923,18	\$ 60.929,39	\$ 64.091,63
Gastos. Ventas	\$ 16.412,64	\$ 17.890,29	\$ 19.501,91	\$ 21.259,68	\$ 23.176,88
S/S administrativos	\$ 16.090,14	\$ 17.555,95	\$ 19.155,30	\$ 20.900,35	\$ 22.804,37
Inauguración	\$ 322,50	\$ 334,34	\$ 346,61	\$ 359,33	\$ 372,51
Ut. Net. Ventas	\$ 35.935,77	\$ 37.175,00	\$ 38.421,27	\$ 39.669,71	\$ 40.914,75
Gtos de admin.	\$ 21.777,31	\$ 23.638,24	\$ 25.667,36	\$ 27.879,92	\$ 30.292,60
Dep. Maquinaria	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50	\$ 42,50
Dep. Muebles y enseres	\$ 132,20	\$ 132,20	\$ 132,20	\$ 132,20	\$ 132,20
Dep. Eq. Oficina	\$ 172,10	\$ 172,10	\$ 172,10	\$ 172,10	\$ 172,10
Dep. Computación	\$ 424,99	\$ 424,99	\$ 424,99	\$ 424,99	\$ 424,99
Amor. Per. Funcionamiento	\$ 174,50	\$ 174,50	\$ 174,50	\$ 174,50	\$ 174,50
útiles de aseo	\$ 50,00	\$ 51,84	\$ 53,74	\$ 55,71	\$ 57,75
servicios básicos	\$ 120,00	\$ 124,40	\$ 128,97	\$ 133,70	\$ 138,61
servicio de internet	\$ 21,00	\$ 21,77	\$ 22,57	\$ 23,40	\$ 24,26
arriendo	\$ 435,00	\$ 450,96	\$ 467,51	\$ 484,67	\$ 502,46
Varios	\$ 50,00	\$ 51,84	\$ 53,74	\$ 55,71	\$ 57,75
S/S auxiliar vet, veterinario	\$ 20.155,02	\$ 21.991,14	\$ 23.994,54	\$ 26.180,44	\$ 28.565,48
Util. Operacional	\$ 14.158,46	\$ 13.536,76	\$ 12.753,91	\$ 11.789,79	\$ 10.622,15
Gastos. Finan.					
Préstamo	\$ 1.654,60	\$ 1.057,80	\$ 390,42	\$ 0	\$ 0
Ut. Antes Imp.	\$ 12.503,86	\$ 12.478,96	\$ 12.363,49	\$ 11.789,79	\$ 10.622,15
15% Trab.	\$ 1.875,58	\$ 1.871,84	\$ 1.854,52	\$ 1.768,47	\$ 1.593,32
Util. Imp.	\$ 10.628,28	\$ 10.607,12	\$ 10.508,97	\$ 10.021,32	\$ 9.028,83
Imp.	\$ -	\$ -	\$ 525,45	\$ 501,07	\$ 451,44
Util. Total.	\$ 10.628,28	\$ 10.607,12	\$ 9.983,52	\$ 9.520,26	\$ 8.577,39
% Reserva	\$ 1.062,83	\$ 1.060,71	\$ 998,35	\$ 952,03	\$ 857,74
Util. Div	\$ 9.565,45	\$ 9.546,41	\$ 8.985,17	\$ 8.568,23	\$ 7.719,65

Nota: Andrea Moreno. Elaborado por: Andrea Moreno.

Año 2014 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.410	0	0%
10.410	13.270	0	5%
13.270	16.590	143	10%
16.590	19.920	475	12%
19.920	39.830	875	15%
39.830	59.730	3.861	20%
59.730	79.660	7.841	25%
79.660	106.200	12.824	30%
106.200	En adelante	20.786	35%

6.01.02 Flujo de Caja

Tabla 56 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
Años	0	1	2	3	4	5
utilidad		\$ 10.628,28	\$ 10.607,12	\$ 9.983,52	\$ 9.520,26	\$ 8.577,39
Gasto. Fin		\$ 1.654,60	\$ 1.057,80	\$ 390,42	\$ -	\$ -
Depreciaciones		\$ 771,79	\$ 771,79	\$ 771,79	\$ 771,79	\$ 771,79
Amortizaciones		\$ 174,50	\$ 174,50	\$ 174,50	\$ 174,50	\$ 174,50
Flujo Operacional		\$ 13.229,17	\$ 12.611,21	\$ 11.320,23	\$ 10.466,55	\$ 9.523,68
CTN	\$(17.305,48)					
Activo. Fijo	\$(4.742,94)				\$(1.294,77)	
flujo neto	\$(22.048,42)	\$ 13.229,17	\$ 12.611,21	\$ 11.320,23	\$ 9.171,78	\$ 9.523,68

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

6.01.03 Punto de Equilibrio.

Tabla 57 Punto de Equilibrio

CUENTAS	COSTO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE VENTAS	66,169.00		66.169,00
GASTOS DE VENTAS			
SUELDO ADMI	16.090,14	16.090,14	
INAGURACION	322,50		322,50
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
DEP MAQUINARIA	42,50	42,50	
DEP MUEBLES Y ENSERES	132,20	132,20	
DEP EQUIPOS DE OFICINA	172,10	172,10	
DEP EQUIPOS DE COMPUTACION	424,99	424,99	
AMORT. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	174,50	174,50	
UTILES DE ASEO	50,00	50,00	
SERVICIOS BASICOS	120,00	120,00	
SERVICIO DE INTERNET	21,00	21,00	
ARRIENDO	435,00	435,00	
VARIOS	50,00	50,00	
GASTOS FINANCIEROS			
PRESTAMO	1.654,60		1.654,60
TOTAL	66,169.00	17.712,43	68.146,10

Nota: sacado del estado de pérdidas y ganancias.

Elaborado por: Andrea Moreno.

6.01.03.01 Punto de Equilibrio Monetario

$$PE(M) = \frac{CF}{1-CVU} = \frac{17.712,43}{1-189.29/329,22} = 41.675,14$$

Análisis: El valor que tiene que vender la Clínica Veterinaria es de 41.675,14

6.01.03.02 Punto de Equilibrio en cantidades.

$$PE(Q) = \frac{CF}{PVU-CVU} = 17.712,43/329,22-189,29 = 126.589$$

Análisis: En cuanto a cantidades será de 126.589

PUNTO DE EQUILIBRIO

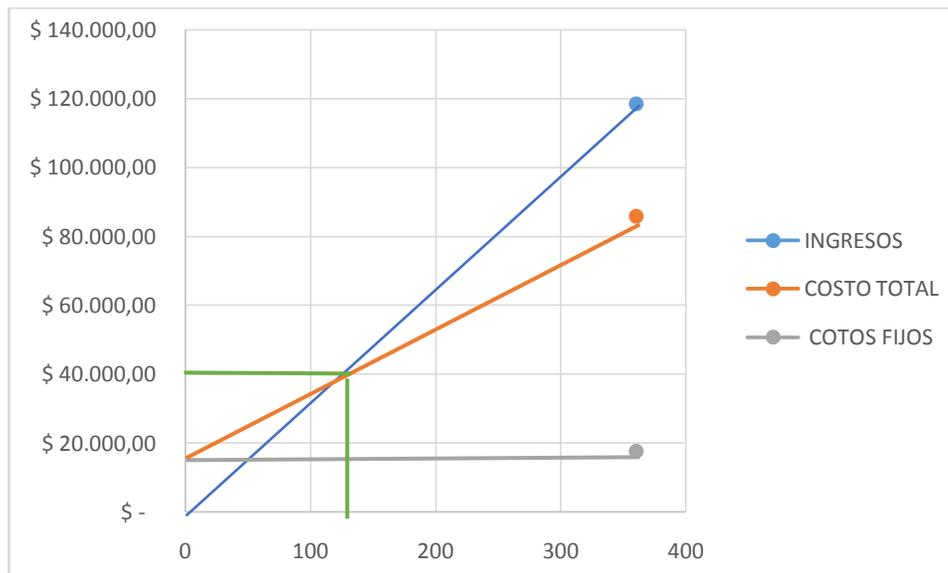


Figura N°17 Punto de equilibrio. Elaborado por: Andrea Moreno.

6.02 Evaluación Financiera

6.02.01 T (MAR)

Tabla 58 T(mar)

Riesgo país	0,24%
Tasa de interés activa	8,17%
Inflación	3,67%
%Ganancia	3%
Total	15,08%

Nota: BCE.

Elaborado por: Andrea Moreno

Analisis:

La tasa mínima de retorno de una inversión es de 15.08% tomando en Cuenta a la inflación, tasa de interés activa y al riesgo país.

6.02.02 VAN

Tabla 59 Valor Actual Neto

	Flujo Neto	VAN
0	\$(22,048.42)	\$(22,048.42)
1	\$ 13,229.17	\$ 11,495.63
2	\$ 12,611.21	\$ 9,522.63
3	\$ 11,320.23	\$ 7,427.72
4	\$ 9,171.78	\$ 5,229.43
5	\$ 9,523.68	\$ 4,718.52
	VAN	\$ 16,345.50

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

Dentro de los 5 años de vida útil de la empresa, se genera un total de \$ 16.345,50 de recursos líquidos.

6.02.03 TIR (Tasa Interna de Retorno).

Tabla 60 Tasa Interna de Retorno

	FN	VAN	TIR
0	\$(22,048.42)	\$(22,048.42)	\$(22,048.42)
1	\$ 13,229.17	\$ 11,495.63	\$ 9,057.11
2	\$ 12,611.21	\$ 9,522.63	\$ 5,911.13
3	\$ 11,320.23	\$ 7,427.72	\$ 3,632.67
4	\$ 9,171.78	\$ 5,229.43	\$ 2,015.03
5	\$ 9,523.68	\$ 4,718.52	\$ 1,432.48
		\$ 16,345.50	\$ (0.00)

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

TIR= 46%

TIR: 0,46%

Análisis:

La tasa interna de retorno es de 46%, superior al T (MAR) que es de 15.08%, por lo tanto la inversión que se realice en la empresa, tiene una alta rentabilidad.

6.02.04 Razón Costo Beneficio.

Tabla 61 Razón Costo Beneficio

R B/C	\$ 38,393.92
	\$ 22,048.42
	1,74

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

La razón costo beneficio tiene un valor de 1,74, es decir que por cada 1dólar que se Invierta, se obtienen 1,74centavos de utilidad.

6.02.05 Periodo de recuperación de la inversión.

Tabla 62 PRI

Año 0	22.048,42
Año 1	13.229,17
Año 2	12.611,21
13.229,17/ 12.611,21	1,049000849
	0,049000849 * 12
	0,588010191
	0,588010191*30
	17,64030573
	2 años
PRI	0 meses
	17 días

Nota: Andrea Moreno elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

La inversión se recupera en 2 años, 0 meses, 17 días. Por lo tanto la empresa puede cancelar las deudas en corto plazo.

6.02.06 Coeficientes Financieros.

6.02.06.01 Margen Bruto.

Es la diferencia entre el precio de venta (sin IVA) de un bien o servicio y el precio de compra de ese mismo producto.

(Wikipedia.com)

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

Tabla 63 Margen Bruto

MARGEN BRUTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ut Bruta	52.348,41	55.065,29	57.923,18	60.929,39	64.091,63
ventas Netas	118.517,41	124.668,46	131.138,76	137.944,86	145104,2
Porcentaje	0,44%	0,44%	0,44%	0,44%	0,44%

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

Este indicador nos indica que la CV genera un 53% de utilidad bruta en ventas.

6.02.06.02 Margen Neto.

Es el margen de beneficio después de los impuestos

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

Tabla 64 Margen Neto

MARGEN NETO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ut neta	35.935,77	37.175,00	38.421,27	39.669,71	40.914,75
Ventas Netas	118.517,41	124.668,46	131.138,76	137.944,86	145.104,20
Porcentaje	0,30%	0,29%	0,29%	0,28%	0,28%

Nota: Andrea Moreno.

Elaborado por: Andrea Moreno.

Análisis:

En el margen neto la utilidad muestra un porcentaje promedio de 29%.

6.03 Análisis de impactos

6.03.01 Impacto Ambiental.

El ambiente es receptor de descargas contaminantes como residuos domésticos, emisiones de gases, derrames industriales, mal manejo de desechos biológicos y agropecuarios etc. Causando daños en el suelo, clima, ríos y muchas veces enfermedades. La Clínica Veterinaria "Little Pet" está consciente de dicha inestabilidad en el ambiente, por esta razón está ligada con el buen manejo de sus residuos y desperdicios; es así que los desechos líquidos serán expulsados por medio de las instalaciones de desagüe existentes hasta el alcantarillado, desalojándose los residuos de manera normal. En lo que se refiere a los desechos sólidos como: pelos, plástico, papel y basura en general se depositarán en fundas plásticas para diariamente colocar en los basureros de la zona los mismos que son evacuados diariamente por el carro recolector de basura, lo cual permite evitar malos olores y contaminación. La Clínica Veterinaria "Little Pet" no provocará impactos ambientales de consideración pues no se utiliza ningún producto químico que cause daño al medio ambiente.

6.03.02 Impacto Económico.

El desarrollo de la economía en el Ecuador ha sido acelerado durante los últimos años ha tenido un impacto significativo en el crecimiento de la economía. La Clínica Veterinaria "Little Pet" generara un impacto económico bajopositivo, puesto que se realizó el estudio de factibilidad para determinar si es elaborableel proyecto, lo que dio como resultado la viabilidad del mismo, ya que tiene una alta demanda y logra cubrir el monto de la inversión, lo que se ve reflejado en los estados financieros y flujo de caja.

6.03.03 Impacto Productivo

En la Clínica Veterinaria "Little Pet" el impacto productivo es alto positivo porque la Clínica estará ubicada en un lugar principal y tendrá a su disposición los recursos necesarios, además contara con profesionales competitivos que sean eficientes en los procesos de veterinarios y favorezcan a la organización y creatividad, consiguiendoinstaurar estrategias acorde al entorno en que se encuentre la empresa y así generar confianza y buena imagen ante los clientes.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones.

- ✚ El estudio realizado demuestra que el proyecto es viable dentro de la zona de Calderón debido a la gran demanda insatisfecha existente, y que actualmente dentro de ella no existen muchas veterinarias.
- ✚ Al realizar el estudio se confirmó, que la mayoría de las familias de la Parroquia de Calderón tiene por mascotas perros y gatos de esta manera la Clínica Veterinaria se enfocara en dichas especies.
- ✚ La Clínica Veterinaria “Little Pet” cuenta con variabilidad de accesorios, para sus mascotas, además cuenta con servicios veterinarios a bajo costo.
- ✚ En la parroquia de Calderón, Barrio San Aguirre existen pocos establecimientos dedicados a actividades veterinarias, lo que se convierte en una ventaja para la Clínica porque no hay mucha competencia.
- ✚ Los resultados Económicos – Financieros que presenta la empresa son rentables y atractivos para el inversionista porque el crecimiento de la demanda de los servicios veterinarios para los próximos años es significativa por lo cual es factible.
- ✚ Con el flujo de efectivo e indicadores como el VAN y TIR se prueba su rentabilidad y viabilidad técnica.

7.02 Recomendaciones.

- ✚ Para satisfacer los intereses y necesidades de los clientes se debe brindar un servicio de calidad, actualizarse en todo lo relacionado a medicina veterinaria, de esta forma se consigue obtener la distinción y reconocimiento del mercado aspectos importantes para mantenerse en la misma.
- ✚ Para adquirir la fidelidad del cliente y aumentar la demanda es necesario poner énfasis en los factores que tienen mayor acontecimiento al momento de elegir una clínica para el cuidado de las mascotas, no hay que centralizarse únicamente en los precios sino que hay que considerar aspectos inmateriales que pueden tener mayor peso.
- ✚ Se debe mantener y mejorar la calidad de los servicios de la Clínica Veterinaria para que cada día los usuarios se sientan cómodos y confiados.
- ✚ A través del planteamiento de negocio, como una oportunidad valida de inversión se podrá viabilizar su financiamiento e implementación en el mediano plazo garantizando a los inversionistas la recuperación de su capital.

BIBLIOGRAFÍA

- + www.eltesorodelajumentud.info/animales.html

- + www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/.html

- + www.bce.fin.ec

- + www.ecuadorencifras.gob.ec

- + www.inec.gob.ec/estadisticas/

- + www.eluniverso.com/

- + <https://maps.google.com.ec>

- + es.wikipedia.org/wik

- + www.olx.com.ec

- + <http://www.mercadolibre.com.ec/>

- + agrovetmarket.perulactea.com

ANEXOS

Anexo 1

Computador De Escritorio Dual Core/2gb/320gb/led 15.6''



Registradora Sam4ser350ii,nuevas, 335 Dólares



Mostrador De Madera Para Negocio \$550



Vitrinas Para Negocio



U\$S 290⁰⁰