

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo para la obtención del título de: INGENIERAS
COMERCIALES**

TEMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CLÍNICA
VETERINARIA PARA LA ATENCIÓN DE PERROS Y GATOS POR
PARTE DE LA FUNDACIÓN GORA GRUPO OPERATIVO DE RESCATE
ANIMAL EN LA CIUDAD DE QUITO**

AUTOR/A (s):

**MARÍA YUDELY AGUILAR PONTÓN
ANDREA PILAR TRUJILLO MUÑOZ**

DIRECTOR:

MARCO ALEJANDRO MONTES DE OCA SEVILLA

Quito, mayo del 2015

DECLARATORIA RESPONSABILIDAD

Nosotras autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, diciembre del 2015.

María Yudely Aguilar Pontón
1104686546

Andrea Pilar Trujillo Muñoz
1720081577

DEDICATORIA

Mi tesis se la dedico con todo amor y cariño principalmente A DIOS, a mis padres Olivia y Norman gracias por proporcionar una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome y a mis hermanas Diana, Anabel y Glenda que son mi fortaleza para cumplir todo lo que emprendo en la vida.

María Yudely Aguilar Pontón

Quiero dedicar este estudio a Dios, a mis padres Rosario Muñoz y José Trujillo; a mis hermanas Geovanna y Lorena; a mi sobrina Valentina; a mi novio Nelson Morales porque siempre tuvieron fe en mí, estuvieron apoyándome y me dieron palabras de aliento para conseguir la culminación de esta meta, los quiero mucho. Adicionalmente, dedico este logro a mi hijo de cuatro patas Tony porque siempre ha estado conmigo en cada etapa de mi vida; también lo dedico a la Fundación GORA y a sus angelitos de cuatro patas con los cuales he aprendido a ser más humana.

Andrea Pilar Trujillo Muñoz

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana, institución en la que nos formamos y adquirimos conocimientos básicos que nos ayudaron a ser buenos profesionales en cada uno de nuestros trabajos.

A nuestro director de tesis, Ing. Marco Montes de Oca, por su constancia, conocimientos y experiencias que lograron que podamos culminar nuestro trabajo de tesis.

También agradecemos a la Fundación Gora por brindarnos su apoyo incondicional en la realización de este trabajo, el cual va a beneficiar a muchos animalitos abandonados en las calles.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	11
ASPECTOS TEÓRICOS RELEVANTES	13
<i>Objetivos generales</i>	14
<i>Objetivos específicos</i>	14
JUSTIFICACIÓN.....	14
CAPÍTULO 1	16
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1 DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN	16
1.2 CONTEXTUALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	18
CAPÍTULO 2	19
OBJETIVOS.....	19
2.1 OBJETIVOS GENERALES	19
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
CAPITULO 3	20
MARCO TEÓRICO	20
3.1 BASES TEÓRICAS	20
3.1.1 <i>Marco teórico contextual</i>	20
3.1.1.1 Acción social de las fundaciones en el marco de la inclusión social y la Economía Social y Solidaria.	20
3.1.1.2 ¿Qué es una fundación?	22
3.1.1.3 Importancia de las fundaciones.....	22
3.1.1.4 Ingresos que percibe una fundación.....	24
3.1.1.5 Tipos de financiamiento.....	24
3.1.1.6 Servicios veterinarios de atención de perros y gatos	25
3.1.1.7 Modelo de negocio o proyecto de inversión.....	26
3.1.1.8 Modelo de negocios de naturaleza social.....	27
3.1.2 <i>Marco referencial</i>	28
3.1.2.1 Negocios complementarios en Fundaciones en Ecuador.....	28
3.1.2.2 Negocios complementarios en Fundaciones.....	31
3.2 BASES JURÍDICAS.....	33
CAPÍTULO 4	36
MARCO METODOLÓGICO	36
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
4.1.1 <i>Investigación descriptiva y explicativa</i>	36
4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	36
4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	36
EL UNIVERSO O POBLACIÓN ES EL CONJUNTO TOTAL DE ELEMENTOS QUE SON OBJETOS DE UN ESTUDIO.	36
PARA ESTE ESTUDIO EL UNIVERSO ESTÁ CONFORMADO POR LOS SIGUIENTES ELEMENTOS: 36	
LA MUESTRA ES EL CONJUNTO DE ELEMENTOS DE LA POBLACIÓN EN ESTUDIO, SELECCIONADAS PARA OBTENER INFORMACIÓN.....	37
4.4 TIPO DE MUESTREO.....	37

4.5	TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	37
4.5.1	<i>Diseño del Formato de Encuesta.....</i>	37
CAPÍTULO 5		
PROPUESTA Y RESULTADOS		40
5.1	ESTUDIO DE MERCADO	40
5.1.1	<i>Objetivos.....</i>	40
5.1.2	<i>Análisis previo de la situación actual.....</i>	40
5.1.2.1	Análisis externo	40
5.1.2.2	Análisis interno	45
5.1.3	<i>Segmentación.....</i>	45
5.1.4	<i>Determinación del mercado objetivo</i>	46
5.1.5	<i>Determinación del tamaño de la muestra.....</i>	48
5.1.6	<i>Aplicación de encuestas.....</i>	49
5.1.7	<i>Tabulación y análisis de datos</i>	49
5.1.8	<i>Demanda.....</i>	57
5.1.9	<i>Análisis de la oferta y condiciones de la competencia.....</i>	60
5.1.9.1	Principales competidores	60
5.1.9.2	Cuantificación de la oferta.....	60
5.1.9.3	Determinación de la demanda insatisfecha.....	61
5.1.10	<i>Marketing Mix</i>	62
5.1.10.1	Estrategia de Producto / Servicio.....	62
5.1.10.2	Estrategia de Precio	65
5.1.10.3	Estrategia de Plaza o distribución.....	66
5.1.10.4	Estrategia de Promoción y publicidad	67
5.1.11	<i>Proyección de ventas preliminar.....</i>	68
5.2	ESTUDIO TÉCNICO	69
5.2.1	<i>Determinación del tamaño del proyecto</i>	69
5.2.2	<i>Localización del proyecto.....</i>	70
5.2.2.1	Macro localización.....	70
5.2.2.2	Micro localización	71
5.2.3	<i>Ingeniería del proyecto.....</i>	71
5.2.3.1	Proceso de brindar o vender un servicio.....	72
5.2.3.2	Definición de proceso de brindar o vender un servicio	72
5.2.3.3	Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos.....	75
5.2.3.4	Distribución en planta.....	76
5.2.3.5	Presupuesto de activos fijos, mano de obra, gastos de ventas y otros gastos. 78	
5.2.4	<i>Organización y administración.....</i>	81
5.2.4.1	Misión, Visión y Valores	82
5.2.4.2	Régimen de constitución.....	82
5.2.4.3	Organigrama estructural de la clínica veterinaria	83
5.3	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	91
5.3.1	<i>Estudio Financiero</i>	91
5.3.1.1	Inversiones	91
5.3.1.1.1	Inversiones en activos fijos	91
5.3.1.2	Capital de Trabajo.....	92

5.3.1.3	Financiamiento de Inversiones	92
5.3.1.4	Flujo de efectivo	95
5.3.1.5	Estado de Resultados	96
5.3.1.6	Balance General	97
5.3.1.7	Indicadores de evaluación financiera.....	98
5.3.2	<i>Estudio Económico</i>	103
5.3.2.1	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	103
5.3.2.2	Valor Actual Neto (VAN).....	103
5.3.2.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	104
5.4	EVALUACION SOCIAL Y AMBIENTAL.....	105
5.4.1	<i>Impacto social</i>	105
5.4.2	<i>Impacto ambiental</i>	106
5.4.3	<i>Remediación Ambiental</i>	109
	CONCLUSIONES.....	112
	GLOSARIO DE TÉRMINOS	118
	ANEXOS	128

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clínica veterinaria por PAE..... □	28
Figura 2. Clínica veterinaria por ARCA..... □	29
Figura 3. Clínica veterinaria Salud Animal.....	30
Figura 4. Hospital veterinario de especialidades Sinai..... □	30
Figura 5. Zonas y sectores poblacionales del sector de la Kennedy.....	47
Figura 6. Porcentaje de visitas a Clínica Veterinaria de Fundación Gora.....	50
Figura 7. Porcentaje de Tipo de mascota.....	51
Figura 8. Porcentaje de tipo de servicio veterinario que utiliza.....	52
Figura 9. Porcentaje de frecuencia de visitas a clínica veterinaria.....	53
Figura 10. Porcentaje de tipo de servicio utiliza para su mascota.....	54
Figura 11. Porcentaje de presupuesto que destina a la clínica veterinaria.....	55
Figura 12. Porcentaje de servicios importantes para atención ideal.....	56
Figura 13. Imagotipo de la Clínica Veterinaria de Fundación GORA.....	64
Figura 14. Diagrama de distribución.....	67
Figura 15. Mapa de macro localización.....	70
Figura 16. Mapa de micro localización.....	71
Figura 17. Flujoograma de procesos de servicios.....	74
Figura 18. Plano de instalaciones.....	77
Figura 19. Organigrama Estructural.....	83
Figura 20. Organigrama Funcional.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Concurrencia a clínica veterinaria de la Fundación Gora.....	49
Tabla 2. Tipo de mascota.....	50
Tabla 3. Utiliza algún tipo de servicio veterinario.....	51
Tabla 4. Frecuencia de visitas a clínica veterinaria.....	52
Tabla 5. Tipo de servicio que utiliza para su mascota.....	53
Tabla 6. Presupuesto que destina en la clínica veterinaria.....	54
Tabla 7. Servicios importantes para atención ideal.....	56
Tabla 8. Proyección incremento poblacional.....	57
Tabla 9. Proyección de la demanda por número de visitas.....	59
Tabla 10. Proyección de la oferta por número de visitas.....	61
Tabla 11. Proyección de la demanda insatisfecha en número de visitas.....	62
Tabla 12. Precios por Servicios.....	65
Tabla 13. Medios de promoción.....	68
Tabla 14. Cuadro preliminar de la proyección de ventas.....	69
Tabla 15. Presupuesto de activos fijos.....	79
Tabla 16. Presupuesto de nómina (sueldos y aportes).....	80
Tabla 17. Presupuesto de nómina (beneficio de ley).....	80
Tabla 18. Presupuesto de gastos generales.....	81
Tabla 19. Inversión en activos fijos.....	91
Tabla 20. Capital de Trabajo.....	92
Tabla 21. Cuadro de Inversiones.....	93
Tabla 22. Cuadro de Amortizaciones del Préstamo.....	94
Tabla 23. Flujo de Efectivo.....	95
Tabla 24. Estado de Resultados.....	96
Tabla 25. Balance General.....	98
Tabla 26. Razón corriente.....	98
Tabla 27. Rotación de activos totales.....	99
Tabla 28. Razón de deuda.....	100
Tabla 29. Margen de utilidad operacional.....	101
Tabla 30. Margen de utilidad neta.....	101
Tabla 31. Margen de utilidad sobre activos totales.....	102
Tabla 32. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	103
Tabla 33. Valor Actual Neto (VAN).....	104
Tabla 34. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	105
Tabla 35. Plan de manejo ambiental medida 1.....	109
Tabla 36. Plan de manejo ambiental medida 2.....	110

RESUMEN

El Estudio de Factibilidad para la creación de una clínica veterinaria por parte de la Fundación Gora en la ciudad de Quito, sector la Kennedy se lo realiza con la finalidad de generar ingresos para financiar los rescates y manutención de perros y gatos que deambulan en las calles.

El estudio se lo realizó en V capítulos los que se resumen a continuación:

Capítulo I.- Planteamiento del problema de investigación y análisis de los objetivos para determinar lo que conseguiremos con la implementación del estudio.

Capítulo II.- Objetivos generales y específicos del estudio.

Capítulo III.- Marco teórico que es la guía de los conceptos utilizados en cada uno de los capítulos.

Capítulo IV.- Marco metodológico se establece el tipo y método de investigación que se va a realizar, las técnicas y la recolección de datos que se requieren.

Capítulo V.- Propuesta y resultados este capítulo contiene: el estudio de mercado que permite observar la oferta y la demanda que existe en el mercado y la acogida que tendrá la nueva clínica veterinaria; estudio técnico observa la estructura de clínica veterinaria, equipos, materiales y recursos con los que contará para su funcionamiento; estudio financiero en el cual se detalla la inversión inicial requerida para que el proyecto pueda iniciar sus actividades; y la evaluación ambiental y social del estudio.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio, las mismas que deben ser aplicadas, controladas y evaluadas.

ABSTRACT

The Feasibility Study for the creation of a veterinary clinic by the Gora Foundation in Quito, Kennedy sector is done in order to generate revenues to fund redemptions and maintenance of dogs and cats that roam the streets.

The study was made in V chapters which are summarized below:

Chapter I. Problem research and analysis of the objectives to determine what we will get with the implementation of the study.

Chapter II. General and specific objectives of the study.

Chapter III. Marco teórico que es la guía de los conceptos utilizados en cada uno de los capítulos.

Chapter IV. Methodological framework type and method of research that will be done, techniques and data collection required is established.

Chapter V. Proposal and results This chapter contains: market research that allows observing supply and demand in the market and which will host the new veterinary clinic; technical study observed the structure of veterinary clinic, equipment, materials and resources that will have to operate; financial study in which the initial investment required for the project to begin operations is detailed; and environmental and social assessment study.

Finally, conclusions and recommendations of the study, all of which must be implemented, monitored and evaluated are presented.

INTRODUCCIÓN

Para poder determinar el proyecto de factibilidad es importante conocer a breves rasgos a la Fundación GORA “**Grupo Operativo de Rescate Animal**”

Fundación GORA “**Grupo Operativo de Rescate Animal**” es una fundación independiente que defiende los derechos de los animales.

Desarrolla esta actividad hace 10 años y desde hace 3 años busca mayor ayuda económica y donativos para los animales que se encuentran en el albergue.

En junio del año 2012 el MAGAP legalizó como Fundación, a GORA “**Grupo Operativo de Rescate Animal**” como personería jurídica sin fines de lucro, para la defensa y protección de los animales.

Actualmente su casa de adopción se encuentra en Las Toronjas, barrio la Kennedy (Quito) y cuenta con 58 perritos y 7 gatos aproximadamente que necesitan una familia permanente o temporal.

Además, cuenta con perritos que no tienen oportunidad de ser adoptados ya que presentan enfermedades físicas y psicológicas graves o por su avanzada edad (abuelitos), los cuales son permanentes dentro de la Fundación.

La fundación GORA “**Grupo Operativo de Rescate Animal**”, cuenta con donaciones y autofinanciamiento para sustentar las necesidades de los animalitos rescatados, sin embargo los recursos económicos son pocos y requieren una actividad complementaria que les ayude a generar más ingresos y cubrir todos los gastos a los que están expuestos como Fundación.

Aspectos teóricos relevantes

En las sociedades libres, es común que los ciudadanos se agrupen entre personas que comparten un mismo interés, para cumplir objetivos, trazar metas y sobre todo ayudar a los demás, luego de un proceso legal, se les llama Fundaciones.

Para realizar la investigación y aplicación del tema se debe entender que es una Fundación:

Fundación es un conjunto de bienes, un patrimonio destinado por uno o más individuos al cumplimiento de determinado fin, cuyo logro se encarga a administradores, los cuales deben velar porque los bienes se empleen en el fin propuesto. (Vodanovic H., Tratado de Derecho Civil: Partes Preliminar y General, I TOMO edición 1988, Pág. 536)

Las fundaciones son indispensables para la comunidad ya que ayudan a los más necesitados y vulnerables en su manutención y rehabilitación, ya que no existen suficientes empresas gubernamentales y privadas que se preocupen por el bienestar de los demás.

La fundación en el caso de la investigación se tratar de la fundación GORA “**Grupo Operativo De Rescate Animal**” su objetivo principal es rescatar a perros y gatos de las calles para curar enfermedades, desinfectarles y ofrecerles en adopción y cuenta con perros que no tienen oportunidad de ser adoptados ya que presentan enfermedades físicas por su avanzada edad, los cuales son permanentes dentro de la Fundación.

Es importante recalcar que la Fundación GORA cuente con una clínica veterinaria para obtener más recursos económicos y seguir ayudando a los perros y gatos de la calle y esto se realizara gracias a las Elaboración un Estudio de factibilidad para la creación de una clínica veterinaria para la atención de perros y gatos por parte de la fundación GORA “**Grupo**

Operativo De Rescate Animal” en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Barrio la Kennedy mediante el cual se pueda demostrar la factibilidad del proyecto.

Objetivos generales

Elaborar un Estudio de factibilidad para la creación de una clínica veterinaria para la atención de perros y gatos por parte de la fundación GORA **“Grupo Operativo De Rescate Animal”** en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Barrio la Kennedy mediante el cual se pueda demostrar la factibilidad del proyecto.

Objetivos específicos

- Difundir mediante redes sociales las labores que realiza la Fundación GORA y la importancia de contar con una clínica veterinaria para seguir ayudando a mascotas sin hogar.
- Enseñar mediante charlas educativas a los ciudadanos del barrio la Kennedy los cuidados que requiere las mascotas y demostrar la importancia de contar con una clínica veterinaria.
- Cuantificar el estudio de factibilidad mediante un estudio técnico de mercado, técnico, financiero, económico y ambiental.

Justificación

La Fundación GORA **“Grupo Operativo de Rescate Animal”** es una fundación independiente que defiende los derechos de los animales. Su labor consiste en ayudar a los animales de la fauna urbana que se encuentran en peligro inminente, es decir por maltrato, atropellos, accidentes donde su vida corra riesgo, buscando poder concientizar a la gente, sobre la manera del trato hacia los animales, sobre su importancia y sobre cómo seguir educando a las demás personas, con el fin de disminuir el número de canes en las calles de Quito.

Gora desarrolla esta actividad hacia la sociedad desde hace 10 años, sin embargo se constituyó como fundación en el año 2012 sobrevive por medio de autofinanciamiento y de las donaciones que realizan personas que creen justa su lucha hacia el cambio en beneficios de los animales.

Sin embargo los recursos económicos son pocos y requieren una actividad complementaria que les ayude a generar más ingresos y cubrir todos los gastos a los que están expuestos como Fundación.

La razón por la cual realizamos este proyecto es para demostrar la factibilidad de la creación de una clínica veterinaria que ayude a la generación de ingresos para la fundación GORA “**Grupo Operativo de Rescate Animal**” como un mecanismo de autofinanciamiento y a fomentar fuentes de empleo.

Adicionalmente, se pretende medir su rentabilidad y reducir el maltrato hacia los animales para de esta manera disminuir el impacto ambiental, ecológico y social en la ciudad de Quito.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Diagnóstico de situación

En el Ecuador existe abandono, maltrato y sacrificio de los animales, lo que se podría considerar como una ocasión para un negocio y una oportunidad para la fundación GORA “**Grupo Operativo de Rescate Animal**” crear una Clínica Veterinaria podría ser rentable en forma aceptable, puesto que tratar de solucionar este problema a través de mecanismos como un centro que proteja a los animales pero al mismo tiempo preste un servicio con un precio que satisfaga a la empresa y a sus potenciales usuarios.

En Quito existen muchas clínicas veterinarias, de las cuales unas brindan un buen servicio y otras no, a pesar de ello aún falta que se mejore este sector, aunque para algunas personas no tenga sentido, se trata de seres vivos que merecen una buena atención, sin embargo hay que considerar que muchos dueños de mascotas si se preocupan por la salud de estos seres indefensos.

El servicio de rescate animal pretende rescatar animales de las calles que han sido abandonados por propietarios que ya no desean tenerlos, adiestrarlos para que presten servicios a empresas de seguridad por ejemplo o simplemente los compren personas interesadas entender una mascota entrenada.

1.2 Contextualización e identificación del problema de investigación

El problema de investigación:

La fundación GORA “**Grupo Operativo de Rescate Animal**”, cuenta con donaciones y autofinanciamiento para sustentar las necesidades de los animalitos rescatados, sin embargo

los recursos económicos son pocos y requieren una actividad complementaria que les ayude a generar más ingresos y cubrir todos los gastos a los que están expuestos como Fundación.

Principales causas:

- No existe aprovechamiento de sus redes sociales y medios de comunicación para obtener recursos económicos;
- Falta de concientización y colaboración de la ciudadanía;
- No existen actividades complementarias constantes como implementar una clínica veterinaria por no disponer de estudios sobre:
 - La demanda insatisfecha del servicio veterinario de perros y gatos.
 - La infraestructura, proceso y equipos apropiados de atención veterinaria.
 - El rendimiento financiero de este nuevo emprendimiento.

Principales consecuencias o efectos:

- La gente no tiene conocimiento de las labores que desempeña la Fundación GORA, por ende no existe apoyo físico ni económico.
- Mayor número de animales abandonados, maltratados y sacrificados en las calles.
- Los recursos económicos son escasos.

1.3 Formulación del problema de investigación

Pregunta de investigación

- ¿La creación de una clínica veterinaria por parte de Fundación GORA beneficiará en el financiamiento de los rescates y rehabilitación de los perros y gatos de la calle?
- Porque: Las fundaciones sin fines de lucro no cuentan con la ayuda del gobierno nacional por lo cual necesitan cubrir sus necesidades mediante donaciones o autofinanciamiento, sin embargo dichos aportes no son suficientes, por lo cual

requieren la implementación de un negocio que genere ingresos para seguir ayudando a los animalitos abandonados y maltratados.

1.4 Sistematización del problema de investigación

Para poder comprender mejor el planteamiento del problema de investigación realizaremos sub-preguntas que se relacionan al mismo tema:

¿Porque la administración que maneja la Fundación GORA no tiene recursos suficientes para la manutención de los animales rescatados?

La fundación cuenta con donaciones y autofinanciamiento pero el aumento de animales rescatados de las calles hace que los recursos económicos no sean suficientes para la manutención, rescate y rehabilitación de los perros y gatos abandonados y maltratados.

¿Cuál sería el impacto social y ecológico de la creación de la clínica veterinaria en la fundación GORA?

Esta iniciativa ayudará a la comunidad en la disminución de animales abandonados en las calles y en la generación de un centro veterinario que ayudará a los propietarios de animales responsables a que puedan acudir a los chequeos y tratamientos médicos.

¿Se podrá generar fuentes de empleo con la creación de la clínica veterinaria en fundación GORA?

La creación de la clínica veterinaria además de ayudar al financiamiento de los rescates de animales abandonados en las calles contribuirá con fuentes de trabajo en la comunidad

CAPÍTULO 2

OBJETIVOS

2.1 Objetivos generales

Demostrar mediante un Estudio la factibilidad de crear una clínica veterinaria para la atención de perros y gatos por parte de la fundación GORA, la cual permita generar ingresos para sustentar todos gastos del albergue.

2.2 Objetivos específicos

- Cuantificar el número de consumidores de la prestación de servicios veterinarios por parte de la Fundación GORA Grupo Operativo de Rescate Animal.
- Evaluar los costos que generara la implementación de la clínica veterinaria de la Fundación GORA Grupo Operativo de Rescate Animal y determinar con los ingresos si existe rentabilidad.
- Determinar Económica y Financieramente la viabilidad de la prestación de servicios veterinarios por parte de la Fundación GORA Grupo Operativo de Rescate Animal.

CAPITULO 3

MARCO TEÓRICO

Por medio del marco teórico vamos a reunir información coherente de conceptos tratando de integrar el problema dentro de un ámbito donde este cobre sentido, situándolo dentro de un conjunto de conocimientos que nos resulte útil para nuestra tarea.

3.1 Bases teóricas

3.1.1 Marco teórico contextual

La presente fundamentación teórica iniciará con la elaboración del marco teórico conceptual el que se convertirá en el cuerpo y la base del diseño de la propuesta presentada es por eso que es de vital importancia para el desarrollo de la investigación.

3.1.1.1 Acción social de las fundaciones en el marco de la inclusión social y la Economía Social y Solidaria.

Economía Social

Tal y como se ha indicado, el concepto de Economía Social se suele relacionar con las organizaciones más tradicionales, a saber, las cooperativas, las mutualistas y las asociaciones. Han sido ellas mismas, las que aglutinadas en distintas organizaciones representativas, han ido delimitándose, auto-definiéndose, mediante distintas declaraciones y cartas de principios.

A partir de la década de los 70, la Economía Social se va caracterizando como un concepto vinculado a la literatura francesa. Las tres familias asociadas en el Comité nacional de liaison des activités coopératives, mutuelles et associatives, dieron a conocer en el año 1980 la Charte de l'économie sociale en la cual se definían como “entidades no pertenecientes al sector público que, con funcionamiento y gestión democráticos e igualdad de derechos y deberes de los socios, practican un régimen

especial de propiedad y distribución de las ganancias, empleando los excedentes del ejercicio para el crecimiento de la entidad y la mejora de los servicios a los socios y a la sociedad.

A partir de esa primera declaración se fueron sucediendo otras en distintos países europeos (en Bélgica con el Conseil Wallon de l'Économie sociale, etc.) y en todas ellas se destacaban aspectos centrales tales como el carácter privado de las mismas, la distribución de los beneficios no vinculada a la aportación de capital, la democracia en la gestión, el servicio a la comunidad etc. (Mendiguren, De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria Concepto y nociones afines, 2008, Pág 3-4)

Economía solidaria

La Economía Solidaria nace del tronco común de la Economía Social, y supone un intento de repensar las relaciones económicas desde unos parámetros diferentes. Frente a la lógica del capital, la mercantilización creciente de las esferas públicas y privadas, y la búsqueda de máximo beneficio, la Economía Solidaria persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad, y la ayuda mutua. Frente al capital y su acumulación, la economía solidaria pone a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, otorgando a los mercados a un papel instrumental siempre al servicio del bien instrumental siempre al servicio del bienestar de todas las personas y de la reproducción de la vida en el planeta.

El término Economía Solidaria hace referencia a un conjunto heterogéneo de concepciones y enfoques teóricos, realidades socio-económicas e institucionales, y prácticas empresariales y asociativas que, desde el último cuarto del siglo XX, vienen desarrollando un creciente sentido de pertenencia a una forma diferente de entender el papel de la economía y los procesos económicos en las sociedades contemporáneas.

Muchas estas experiencias no son nuevas y adoptan elementos discursivos y formas institucionales y organizativas típicas de la Economía Social clásica, tal y como la

hemos caracterizado en epígrafes anteriores .Además, desde el punto de vista geográfico, están localizadas tanto en países y regiones del llamado “primer mundo” como en países del “tercer mundo”, aunque con desigual relevancia social y económica en unos y otros, y con características propias derivadas de su especificidad regional e histórica. (Mendiguren,De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria Concepto y nociones afines, 2008, Pág 8-9)

3.1.1.2 ¿Qué es una fundación?

La definición de fundación es como sigue:

Fundación es un conjunto de bienes, un patrimonio destinado por uno o más individuos al cumplimiento de determinado fin, cuyo logro se encarga a administradores, los cuales deben velar porque los bienes se empleen en el fin propuesto. (Vodanovic H., Tratado de Derecho Civil: Partes Preliminar y General, I TOMO edición 1988, Pág. 536)

Legalmente, las fundaciones se definen como organizaciones sin ánimo de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general (Ortiz María Luisa, Fundaciones Cien Preguntas Clave y su respuesta, Madrid 2002, Pág 23)

3.1.1.3 Importancia de las fundaciones

Las fundaciones son indispensables para la comunidad ya que ayudan a los más necesitados y vulnerables en su manutención y rehabilitación, ya que no existen suficientes empresas gubernamentales y privadas que se preocupen por el bienestar de los demás.

En el caso de las fundaciones para animales el gobierno ecuatoriano no cuenta con perreras municipales o no cuenta con instituciones que se preocupen por el bienestar de la fauna urbana.

El sector sin fines de lucro de una economía es importante por varias razones. En primer lugar, la población desea ciertos bienes y servicios que las empresas lucrativas no le pueden proporcionar. Éstos se conocen como bienes públicos o colectivos porque personas que no los han pagado reciben beneficios de ellos. Calles pavimentadas, protección policiaca, museos y escuelas son ejemplos de bienes públicos. Una persona no puede usar un bien privado a menos que pague por él. Sin embargo, una vez que éste se proporciona, por lo general cualquiera puede usarlo o disfrutarlo.

Ciertos aspectos de la vida no son bienes atendidos por las entidades lucrativas, aunque frecuentemente son decisivos para el bienestar de la sociedad. Estos aspectos incluyen áreas en las que la sociedad en general se beneficia de un servicio en particular, pero en las que un individuo en particular se beneficia sólo de manera indirecta. Es en estas áreas donde las organizaciones sin fines de lucro tradicionalmente han sido más eficaces. Como ejemplos se pueden mencionar las bibliotecas y los museos. Aunque la mayoría de las personas no visitan bibliotecas y museos con mucha frecuencia, por lo general está dispuesta a pagar impuestos o a donar fondos para apoyar su existencia. Lo hacen porque creen que está dispuesta a pagar impuestos o a donar fondos para apoyar su existencia. Lo hacen porque creen que estas organizaciones actúan para mejorar la cultura y la calidad de vida de la región. Para cumplir su misión, las cuotas de entrada (si las hay) deben ser lo suficientemente bajas como para permitir el acceso de toda la población. No obstante, estas cuotas no son rentables, que rara vez cuben siquiera los costos del servicio. Lo mismo ocurre con los albergues que administra la Sociedad Protectora de Animales. Aunque pocas personas desean que mascotas abandonadas vaguen libremente por las calles de las ciudades, las cuotas de adopción de estos animales no pueden pagar por sí mismas los costos de su búsqueda y cuidado. Se requieren ingresos adicionales, ya sea en la forma de donaciones o impuestos públicos. Estos servicios públicos o colectivos no generan beneficios, aunque son necesarios para el éxito de cualquier civilización. (Wheelen L., Thomas y Hunger, J. David, Administración estratégica y política de negocios, Décima edición, 2007)

3.1.1.4 Ingresos que percibe una fundación

La diferencia que existe entre las organizaciones con y sin fines de lucro son los ingresos que perciben:

La característica que mejor distingue a las organizaciones sin fines de lucro entre sí y de las corporaciones lucrativas es su fuente de ingresos. Una empresa con fines de lucro dependen de los ingresos que obtiene de la venta de sus bienes y servicios a clientes, los que por lo general pagan los costos y gastos de suministro del producto o servicio más una ganancia. En contraste una organización sin fines de lucro depende principalmente de cuotas, contribuciones o donaciones de sus miembros o del financiamiento de una institución patrocinadora, como United Way o el gobierno federal, para pagar la mayor parte de sus costos y gastos. (L. Wheelen, Thomas y Hunger, J. David, Administración estratégica y política de negocios, Décima edición, Pearson Educación, México, 2007.

Las fundaciones no cuentan con el apoyo del gobierno y solo se sustentan de las donaciones y del autofinanciamiento de sus propios integrantes, por lo cual necesitan realizar actividades complementarias que les ayuden a pagar las cuentas veterinarias, la alimentación, medicinas y la rehabilitación de los animales, sin embargo las actividades esporádicas que realizan no les ayuda a tener un ingreso constante, por lo cual necesitan de un negocio fijo o constante que les permita obtener ingresos para seguir ayudando a los animales.

3.1.1.5 Tipos de financiamiento

Existen 3 formas de financiamiento mediante deuda, patrimonio y la tercera o no muy convencional que se trata el financiamiento sin capital, para explicar más a detalle esté último tipo de financiamiento vamos a citar al siguiente autor:

Si usted no puede acceder a deuda o patrimonio, utilice financiamiento sin capital. Para financiar sin capital escoja otros que se beneficien de sus actividades e invítelos a

compartir o financiar sus gastos. En este caso su empresa no usa el capital sino los recursos. Por ejemplo, haga trueque, utilice una oficina prestada, haga promoción cruzada, hable con sus proveedores que se beneficiarán si su empresa crece y puede aumentar sus pedidos. (Castillo A., *Creando Empresas Fabulosas*, segunda edición, 2008).

Este tipo de financiamiento beneficia a empresa que no cuentan con el capital para invertir o que no tiene opción de solicitar préstamos a instituciones financieras. En el caso de las fundaciones no cuentan con ingresos constantes o definidos que les permita acceder a créditos, por lo tanto este tipo de financiamiento será el más óptimo para la creación de un negocio sustentable.

3.1.1.6 Servicios veterinarios de atención de perros y gatos

Los servicios veterinarios necesitan de técnica profesionales, los cuales se detallan a continuación:

La experiencia ha demostrado que los servicios veterinarios nacionales con mayor desarrollo y credibilidad ante sus usuarios, otros países y socios comerciales, fundamentan su accionar a partir de cuatro componentes fundamentales: 1) la capacidad técnica para abordar actuales y nuevos temas con base en principios científicos; 2) el capital humano y financiero para atraer recursos y retener profesionales con capacidad técnica y de liderazgo; 3) la interacción activa con el sector privado para mantener un rumbo común y realizar programas relevantes y servicios conjuntos, y 4) el acceso a los mercados a través del cumplimiento de la normativa existente y la implementación de nuevas disciplinas, tales como la armonización de normas y acuerdos de equivalencia y regionalización. (Molins R., Pérez E., Cordero A., Abularach M., *Desempeño, Visión y Estrategia (DVE) para Servicios Veterinarios Nacionales*, segunda edición 2009, p 4)

La demanda de clínicas veterinarias ha crecido ya que existe mayor número de personas propietarios de animales que se preocupan por su bienestar, esta teoría se plasma en el siguiente párrafo:

El estudio de KPMG predijo un crecimiento constante de la demanda de servicios veterinarios, debido principalmente a la demanda de servicios para animales de compañía. Tal y como demuestra la disposición creciente de los consumidores a gastar en los cuidados sanitarios de sus mascotas, los propietarios de animales domésticos han mostrado en conjunto un interés constante en mejorar la salud y el bienestar de sus animales de compañía como dimensión primordial de la evolución del vínculo entre los hombres y los animales. En un apunte relacionado, los resultados de futuras investigaciones indican que la elasticidad de los ingresos de la demanda de servicios veterinarios es decreciente a lo largo del tiempo, lo que indica que la cantidad de servicios veterinarios que comprar los distintos consumidores depende cada vez menos de los niveles de ingresos de estos consumidores (C. Wolf, PhD, Department of Agricultural Economics, Michigan State University, East Lansing, Michigan, comunicación personal en septiembre de 2005). En este contexto, una investigación reciente sobre la conformidad con las recomendaciones de asistencia veterinaria indica que existe la posibilidad de mejorar sustancialmente la calidad de la asistencia veterinaria dentro de los límites de la ciencia y de la tecnología actual, suponiendo que existan una educación de los clientes y unos programas de marketing efectivos. Además de los servicios clínicos generales para animales de compañía acordes con la tendencia de estar dispuesto a gastar, también se habla de una demanda creciente de veterinarios especializados. (Lee D, Clínicas Veterinarias de Norteamérica, Medicina de pequeños animales, 2006, volumen 36, p. 269-270).

3.1.1.7 Modelo de negocio o proyecto de inversión

Con modelo de negocio nos referimos al patrón de la actividad económica, (la liquidez fluye hacia dentro y hacia fuera de la empresa y la cadena correspondiente) que determina si

usted queda sin liquidez, o no si ofreces y si ofrece, o no, un rendimiento atractivo para a sus inversores (MULLINS, Mejorando El Modelo De Negocio, 2010, Pag. 19)

3.1.1.8 Modelo de negocios de naturaleza social

Al definir al “empresario” en un sentido amplio podemos cambiar radicalmente el carácter del capitalismo, y solucionar muchos de los problemas sociales y económicos no resueltos en el ámbito del mercado libre. Permítanos asumir un empresario que en lugar de tener una sola fuente de motivación (tal como la maximización de beneficios), tiene ahora dos fuentes motivadoras, las cuales son mutuamente excluyentes pero que le compelen a actuar por igual, a saber: a) maximización del beneficio y b) hacer el bien a las personas y al mundo.

Cada tipo de motivación conducirá a un tipo diferenciado de negocio. Permítanos denominar al primer tipo de negocio de la maximización de beneficios, y el segundo negocio social.

El negocio social será un nuevo tipo de negocio, incorporado en el ámbito mercantil con el objetivo de crear una diferencia en el mundo. Los inversionistas de este tipo de negocio podrían recuperar su inversión, pero no tomarán ningún dividendo de la compañía. Los beneficios podrían ser reinvertidos en la compañía para expandir su cobertura y mejorar la cualidad de sus bienes o servicios. Un negocio social será una compañía sin pérdidas y sin dividendos pecuniarios.

Una vez reconocido legalmente el negocio social, muchas compañías existentes emprenderán la creación de negocios sociales además de las actividades para las que se fundaron. Muchos activistas del sector sin ánimo de lucro también encontrarán atractiva tal opción. A diferencia del sector sin ánimo de lucro donde uno requiere recoger donaciones para poner en marcha las actividades, un negocio social será auto sostenible y creará un excedente para la expansión puesto que no es una empresa a pérdida. El negocio social se orientará a un nuevo tipo de mercado de su propio mercado de capital, para acumular fondos.

La gente joven en todo el mundo, en particular en los países ricos, encontrará el concepto de negocio social muy atractivo puesto que les reta a marcar la diferencia al

usar su talento creativo. Mucha gente joven hoy día se siente frustrada porque les falta un reto lo suficientemente fuerte, que los excite dentro del mundo capitalista. Ayer el socialismo les dio un sueño para luchar. Hoy la gente joven sueña acerca de cómo crear un mundo perfecto para sí misma.

Casi todos los problemas sociales y económicos del mundo se podrán enfrentar mediante los negocios sociales. El reto es innovar los modelos de negocios y aplicarlos para producir los resultados sociales deseados, con minimización de costos y eficiencia. Salud, servicios financieros, tecnología de información, educación, capacitación y mercadeo para los pobres, al igual que energía renovable todas esas son áreas interesantes para los negocios sociales.

El negocio social es importante porque trata preocupaciones vitales de la humanidad. Este puede cambiar las vidas del 60% de la población mundial, y ayudarles a salir de la pobreza. (CANTE, F., Poder Social – Algunas posibilidades en Colombia, Editor Académico, p. 268-269).

3.1.2 Marco referencial

Con el Marco Referencial pretendemos dar más consistencia a nuestra investigación, exponiendo casos reales que se han suscitado en Ecuador y a nivel internacional.

3.1.2.1 Negocios complementarios en Fundaciones en Ecuador

Caso 1



PAE (Protección Animal Ecuador) mantiene un programa de creación y mantenimiento de clínicas veterinarias de bajo costo con la finalidad de brindar a la población (especialmente aquellas de escasos recursos) la oportunidad de dar a sus animales un servicio veterinario de calidad que permita mejorar la calidad de vida tanto del animal como del propietario.

Las clínicas de PAE realizan actividades de medicina veterinaria con todo tipo de animal doméstico y en ocasiones silvestre. Dependiendo de su capacidad, condiciones y recursos, las clínicas de PAE brindan servicio principalmente a especies caninas y felinas. (Protección Animal Ecuador PAE).

Caso 2



La Fundación Protectora de Animales ARCA con el apoyo de HSI (Humane Society International) abrió su clínica veterinaria cuya principal finalidad es ofrecer un servicio permanente de esterilización para perros y gatos.

ARCA subvenciona alrededor del 70% del costo real de las cirugías de esterilización para que los precios al público sean accesibles y un mayor número de familias puedan acceder a este beneficio. (Fundación Protectora de Animales ARCA).

Además en la clínica veterinaria de ARCA se ofrecen otros servicios para atender la salud de los animales: vacunación, desparasitación, medicina interna, cirugía, peluquería canina y placas de identificación.

Caso 3

Clínica veterinaria Salud Animal



Figura3. Empresas que brindan servicios veterinarios, por Clínica veterinaria Salud Animal.

La Clínica Veterinaria Salud Animal cuenta con los siguientes servicios:

- Laboratorio.- medicina, vacunación, desparasitación, análisis clínico, cirugía, hospitalización, rayos x, traumatología, neurología, digestivo, nutrición y cardiología.
- Peluquería y estética.- corte de pelo para las mascotas.
- Profilaxis dental.- lo último en cuidado de la salud dental de las mascotas.
- Emergencias.- Ante cualquier accidente, disponen de su servicio 24 horas.

Caso 4

Clínica veterinaria Salud Animal



Figura4. Empresas que brindan servicios veterinarios, por Hospital veterinario de especialidades Sinai.

El Hospital Veterinario de Especialidades Sinai cuenta con los siguientes servicios:

- Consulta clínica.- consulta general, cardiología, dermatología, emergencia, gastroenterología, medicina interna, medicina preventiva, nefrourología, neurología, oftalmología, oncología, rehabilitación, reproducción, traumatología y consulta a domicilio.
- Laboratorio.- el laboratorio es un punto a favor en el diagnóstico de las enfermedades de las mascotas.
- Imagenología.- cuentan con los equipos para realizar Ecografías, Radiografías, Melografías, Tomografías computarizadas y Resonancia magnética.
- Peluquería.- cuenta con un centro especializado en peluquería canina, dotada con equipos materiales y profesionales de trabajo de alto nivel, que le brindarán un excelente servicio y satisfacer sus necesidades en un 100%.
- Hospitalización.- los pacientes hospitalizados están constantemente asistidos en sus requerimientos básicos de higiene, confort, alimentación y terapéuticos.
- Cirugía.- El hospital cuenta con un equipo de especialistas con amplia experiencia en tratamientos quirúrgicos. Además ofrece un quirófano equipado con anestesia inhalatoria, equipo de ventilación asistida, monitores cardíacos, oxigenoterapia, electro bisturí, radiología quirúrgica y toda la tecnología necesaria para brindar el mejor servicio intraquirúrgico.

3.1.2.2 Negocios complementarios en Fundaciones.

Caso 1

La Fundación Bardot cuenta con alrededor de 57,000 socios donantes de sesenta países diferentes y con unos 323 inspectores.

La Fundación realiza labores en beneficio de los animales abandonados como rescate de animales, campañas de esterilización de perros y gatos callejeros, etc.

La Fundación Bardot creó un Santuario para osos en Bulgaria, también ha creado Clínicas para países del Este de Europa.

La Fundación Bardot también participa con “Global Antiwhaling Campaign” que trabaja contra la caza de focas. Decidieron participar en “Fur Free Alliance” para denunciar e informar a la gente sobre las atrocidades del comercio de las pieles. En Francia han estado tomando parte de “La Federación de Conexiones Anticorrída” que lucha por terminar con las corridas de toros.

La Clínica Veterinaria Móvil.

Desde 1998, la Fundación realiza campañas para la esterilización de perros callejeros en la Europa del Este. Así como, en el caso de Rumania.

Los rumanos se sumieron en la total miseria durante una época, lo cual les impidió seguir manteniendo a sus mascotas y no tuvieron más opción que abandonar a los perros. Estos animales, dejados a su suerte, se multiplicaron excesivamente y gradualmente fueron esparciéndose por la capital. Por lo que el gobierno ordeno la matanza de perros, por lo cual la Fundación preparó programas de esterilización y vacunación con la esperanza de que quede como un ejemplo. La Clínica Veterinaria Itinerante opera en la ex Yugoslavia, Rumania y Bulgaria. Este vehículo, único en Francia, dispone de un equipo veterinario y del más moderno material necesario.

Dicha Clínica veterinaria móvil se realizan 80 a 100 esterilizaciones por semana durante tres meses y tratamientos veterinarios a los animales más necesitados. (Fundación Brigitte Bardot – Conciencia Animal)

De acuerdo a los casos mostrados anteriormente podemos demostrar que la iniciativa de la creación de una clínica veterinaria por parte de la Fundación es una actividad complementaria que se ha desarrollado en otras fundaciones con la finalidad de financiar sus gastos y también para ayudar a la comunidad con bajos precios en atenciones veterinarias y esterilizaciones.

3.2 Bases jurídicas

Mediante el Marco Legal queremos dar a conocer que en Ecuador existen leyes que exoneran a las fundaciones para pagos de tributos dependiendo de si cumple con la tabla de porcentajes de ingresos por donaciones y aportaciones sobre ingresos, sin embargo si no cumplen con dichas especificaciones la institución sin fines de lucro no tendrá exoneraciones.

En nuestra Legislación según el Art. 19.- Ingresos de instituciones de carácter privado sin fines de lucro, establece lo siguiente:

No estarán sujetos al Impuesto a la Renta los ingresos de las instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas, de: culto religioso; beneficencia; promoción y desarrollo de la mujer, el niño y la familia; cultura; arte; educación; investigación; salud; deportivas; profesionales; gremiales; clasistas; partidos políticos; los de las comunas, pueblos indígenas, cooperativas, uniones, federaciones y confederaciones de cooperativas y demás asociaciones de campesinos y pequeños agricultores, legalmente reconocidas, en la parte que no sean distribuidos, siempre que sus bienes e ingresos se destinen a sus fines específicos y cumplan con los deberes formales contemplados en el Código Tributario, la Ley de Régimen Tributario Interno, este Reglamento y demás Leyes y Reglamentos de la República; debiendo constituirse sus ingresos, salvo en el caso de las Universidades y Escuelas Politécnicas creadas por Ley, con aportaciones o donaciones en un porcentaje mayor o igual a los establecidos en la siguiente tabla:(Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, decreto 374, año 2010)

INGRESOS ANUALES EN DÓLARES	% INGRESOS POR DONACIONES Y APORTES SOBRE INGRESOS
De 0 a 50.000	5%
De 50.001 a 500.000	10%
De 500,001 en adelante	15%

En el Art. 19.- Ingresos de instituciones de carácter privado sin fines de lucro, párrafo 9 establece algunas obligaciones que deben cumplir las fundaciones:

El Estado, a través del Servicio de Rentas Internas, verificará en cualquier momento que las instituciones privadas sin fines de lucro:

1. Sean exclusivamente sin fines de lucro y que sus bienes, ingresos y excedentes no sean repartidos entre sus socios p miembros sino que se destinen exclusivamente al cumplimiento de sus fines específicos.
2. Se dedique al cumplimiento de sus objetivos estatutarios; y,
3. Sus bienes e ingresos, constituidos conforme lo establecido en esta norma, se destinen en su totalidad a sus finalidades específicas. Así mismo, que los excedentes que se generaren al final del ejercicio económico, sean invertidos en tales fines hasta el cierre del siguiente ejercicio, en caso de que esta disposición no pueda ser cumplida deberán informar al Servicio de Rentas Internas con los justificativos del caso.

En el caso de que la Administración Tributaria, mediante actos de determinación o por cualquier otro medio, compruebe que las instituciones no cumplen con los requisitos arriba indicados, deberán tributar sin exoneración alguna, pudiendo volver a gozar de la exoneración, a partir del ejercicio fiscal en el que se hubiere cumplido con los requisitos establecidos en la Ley y este Reglamento, para ser considerados como

exonerados de Impuesto a la Renta. (Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, decreto 374, año 2010).

Este artículo de nuestra Legislación nos demuestra que las instituciones sin fines de lucro podrán constituir un negocio para poder financiar sus actividades, sin embargo debe obtener donaciones dependiendo de la tabla establecida anteriormente sino no contará con las exoneraciones de Impuesto a la Renta.

En el Acuerdo Ministerial No. 008 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, artículo 5 de los estatutos de la Fundación GORA establece lo siguiente:

Art. 5.- Para el cumplimiento de sus objetivos también podrá asociarse con Fundaciones Nacionales o Extranjeras y firmar Convenios con otras ONG's, así como también con Empresas Públicas o Privadas, cuyos objetivos coincidan con los de la Fundación Grupo Operativo de Rescate Animal (GORA).

En el Acuerdo Ministerial No. 008 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, artículo 9, numeral 1) de los estatutos de la Fundación GORA establece lo siguiente:

1) Auspiciar, fomentar y administrar una Clínica Veterinaria que preste servicios, a los proyectos de la fundación y a la comunidad en general.

Mediante los textos anunciados en los estatutos de la Fundación GORA podemos demostrar que la fundación podrá administrar una clínica veterinaria para fomentar sus objetivos.

CAPÍTULO 4

MARCO METODOLÓGICO

4.1 Tipo de investigación

4.1.1 Investigación descriptiva y explicativa

De acuerdo a la problemática planteada vamos aplicar el tipo de investigación descriptivo-explicativo, ya que ayuda al cumplimiento de los objetivos establecidos. Además de la aplicación del marco lógico en esta investigación que es la relación causa-efecto lo que nos permitirá atacar directamente las causas por las que se han generado el problema de investigación y llegar a su solución.

Desde el punto de vista metodológico se aplicará el enfoque cualitativo y cuantitativo para generar y recoger datos e informaciones de fuentes primarias y secundarias.

4.2 Diseño de la investigación

Estudio de Factibilidad para la creación de una clínica veterinaria para perros y gatos por parte de la Fundación GORA Grupo de Rescate Animal, con este estudio demostraremos que es viable la creación de la clínica veterinaria con la cual la Fundación podrá cumplir sus objetivos de ayuda a los animales y generar recursos económicos para solventar las necesidades del albergue.

4.3 Población y muestra

El universo o población es el conjunto total de elementos que son objetos de un estudio.

Para este estudio el universo está conformado por los siguientes elementos:

El proyecto está enfocado a personas hombres y mujeres mayores de edad entre 18 años y 55 años personas con capacidad de cuidar una mascota.

La muestra es el conjunto de elementos de la población en estudio, seleccionadas para obtener información.

Mercado objetivo nos apoyamos en datos estadísticos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el cual nos facilitó información por Zonas y Sectores, de acuerdo a la tabla número 1.

4.4 Tipo de muestreo

Por medio de la aplicación del método aleatorio simple con relación a la población, se determinará el número de la muestra a la que se deberá aplicar las técnicas escogidas de investigación como lo podemos observar en la Pag. 56

4.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada en este estudio es la encuesta personal, pues es la técnica más utilizada para recabar información primaria y la más sencilla de aplicar, además proporciona una gran cantidad de información de cualquier universo en un tiempo muy reducido.

4.5.1 Diseño del Formato de Encuesta

ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

Por medio de este cuestionario se pretende investigar la aceptación que tendría una Clínica Veterinaria en la Fundación GORA en la ciudad de Quito.

1. Si como medio de financiamiento la Fundación Gora crearía una clínica veterinaria.
¿Usted asistiría con sus mascotas para la atención veterinaria?

SI

NO

2. Si la respuesta anterior es positiva. ¿Qué tipo de Mascotas usted llevaría a la clínica veterinaria?

Perro/s

Gato/s

3. ¿Utiliza algún tipo de servicio veterinario?

SI

NO

4. ¿Con que frecuencia lleva a su mascota a la clínica veterinaria?

Quincenal Semestral

Bimensual Anual

Mensual

Semanal

5. ¿Qué tipo de servicios utiliza para su mascota en una clínica veterinaria?

Vacunas

Control Periódico

Atención Médica

Cirugía

Laboratorio

6. ¿Qué presupuesto destina para su mascota cuando va a la clínica veterinaria?

	1 a 10	11 a 15	16 a 20	21 a 50	50 a más
Vacunas					
Control Periódico					
Atención Médica					
Cirugía					
Laboratorio					

7. ¿Cuál de estos servicios considera importante para que exista una atención ideal y Eficaz? (responda máximo dos)?

Atención Inmediata

Atención las 24 horas

Profesionalismo

Medicinas y Accesorios

Otros (Qué tipo de servicio?) _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

CAPÍTULO 5

PROPUESTA Y RESULTADOS

5.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, es una eficaz herramienta para llegar a obtener información sobre el cliente, el producto o servicio, la atención o la aceptación de todos los consumidores consiguiendo de esta manera verificar si es factible la creación de una veterinaria por parte de la Fundación GORA Grupo Operativo de Rescate Animal.

5.1.1 Objetivos

Demostrar mediante un Estudio de factibilidad que la creación de una clínica veterinaria para la atención de perros y gatos por parte de la fundación GORA, es factible y va a tener la aceptación del medio.

5.1.2 Análisis previo de la situación actual

5.1.2.1 Análisis externo

5.1.2.1.1 Aspecto político

Regulaciones gubernamentales:

Las políticas gubernamentales en general, procuran garantizar tanto la salud humana como la de los animales, En los últimos años, en armonía con la nueva sensibilidad de rechazo frente al maltrato animal en Ecuador, se ha dictado normativa para mejorar su bienestar de los animales como las siguientes:

- En febrero de 2009, se elaboró el Acuerdo Interministerial para la Tenencia Responsable de Perros el cual entró en vigencia en agosto entre Ministerio de Salud

Pública y el Ministerio de Agricultura y Ganadería con el objetivo de regular la tenencias de Mascotas y el cuidado que se les otorgue a los animales domésticos.

- En el Cantón Quito, específicamente existe la Ordenanza Municipal No. 128 que regula la tenencia de perros, gatos y otros animales domésticos, así como también su respectivo reglamento. Las personas que deseen denunciar las violaciones a esta Ordenanza y a su Reglamento pueden hacerlo ante el Comisario Metropolitano de la Administración Zonal pertinente.
- El artículo 414 del Código Penal señala: *“El que, sin necesidad, matare a un animal doméstico, que no sea de los mencionados en el artículo 411, o a un animal domesticado, o les hubiere causado una herida o lesión grave, en un lugar de que el dueño del animal es propietarios, usufructuario, usuario locatario o inquilino, será reprimido con prisión de ocho días a tres meses y multa de seis a nueve dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.”*
- El Código Civil considera a los animales domésticos, sean éstos perros, gatos, etc., como bienes muebles, y la forma de adquirir su dominio es la ocupación. La Constitución Política del Ecuador en su artículo 23, numeral 23 señala: *“Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá a las personas lo siguiente. ...23.- El derecho a la propiedad en los términos que señala la Ley...”*
- De la misma manera el artículo 30 de la constitución manifiesta: *“La propiedad, en cualquiera de sus formas y mientras cumpla su función social, constituye un derecho que el Estado reconocerá y garantizará”*

Cabe destacar que las normativas antes descritas no son aplicadas en su totalidad, ya sea por desconocimiento o falta de interés de la ciudadanía, pero hay que destacar que por ese motivo se crean fundaciones para velar por el cuidado de los animales.

5.1.2.1.2 Aspecto social

En Quito no existen una cifra oficial de cuántos perros callejeros deambulan por las calles. Sin embargo, la Fundación Programa Animal Ecuador (PAE) estima que existen 4 mil.

Los canes deambulan por las calles, porque el Municipio no cuenta con una perrera. La Dirección Provincial de Salud tiene un área de estudio con capacidad para ocho perros, mientras que las instituciones independientes, que trabajan con los animales, no cuentan con los recursos para salvarlos.

Según el coordinador del Proceso de Vigilancia de Epidemiología de la Dirección Provincial de Salud, manifiesta que los canes constituyen un problema de salud pública y social por la precaria condición socioeconómica de las personas u hogares. (Diario La Hora).

En el Distrito se han ejecutado 917 controles de fauna urbana. Así lo señaló en un comunicado la Agencia Metropolitana de Control del Municipio de Quito.

Estas acciones se tomaron desde septiembre del 2011 hasta la fecha. En ese año se hicieron 68; en el 2012, 605; y en el 2013, 244.

Las infracciones más frecuentes que se encontraron en la ciudad son las calificadas como graves. Entre las que destacan: causar molestias a los vecinos por ruido y malos olores, no mantener a los animales dentro de su domicilio con las debidas seguridades o dejarlos transitar por espacio público sin la compañía de una persona.

Los resultado de las inspecciones fueros: 419 infracciones, 39 corresponden al 2011, 288 al año 2012 y 92 al primer semestre del 2013.

Uno de los logros de las inspecciones es que se ha rescatado a 406 animales domésticos, 82 en el año 2011, 200 en el 2012 y 124 en lo que va del año. Los animales se encontraban en

situaciones de maltrato como: hallarse en espacios físicos reducidos y condiciones inadecuadas, en estado de desnutrición o enfermos y sin tratamiento veterinario necesario. (Diario Últimas Noticias).

Un promedio de 40 mascotas son esterilizadas a diario en las diferentes administraciones zonales de Quito. Este proceso se centra en zonas donde existe una mayor presencia de perros callejeros, así como gente que posee animales y es de escasos recursos económicos. (Diario La Hora).

Formación propietarios

Los perros callejeros pueden representar un mayor problema a la hora de efectuar los procesos de esterilización, por una cuestión de localización y captura. Además, estos animales se reproducen con mayor frecuencia.

El 90% de perros callejeros que vemos en Quito tienen algún dueño. El problema viene de éstos, pues no tienen una educación adecuada en el cuidado de mascotas. Estos perros no disponen de un lugar de cerramiento, tampoco de placa identificativa, además de no estar esterilizados (Santiago Prado, médico veterinario de la Protección Animal Ecuador PAE).

5.1.2.1.3 Aspecto económico

Mercado Laboral

Al analizar la estructura de la PEA urbana, se puede observar que en diciembre de 2013, la tasa de ocupación plena representó el 51.5%; la tasa de subocupación el 43.3%; la tasa de desocupación el 4.9% y finalmente en mínimo porcentaje los ocupados no clasificados¹ (0.3%). Véase en el anexo 1.

Crecimiento Poblacional

¹ Los ocupados no clasificados se definen como aquellas personas que no se pueden categorizar como ocupados plenos u otras formas de subempleo por la falta de datos en los ingresos o en las horas trabajadas.

Según datos proyectados del Censo de Población y Vivienda al año 2014, la población del Ecuador alcanzó los 16.073.910 habitantes². El Ecuador bordea una tasa de crecimiento demográfica intercensal anual en dicho año del 1.60% de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Según datos del INEC, en Quito en el año 2014 la población alcanzó los 2.505.344 habitantes.

Las principales ciudades del Ecuador, consideradas así por el número de habitantes y por la actividad económica que desarrollan son Guayaquil, Quito, Cuenca, Ambato, Portoviejo y Santo Domingo. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC). Véase en el anexo 2.

Estado conyugal de la población

Como resultado del último censo de población y vivienda, la proporción de población que declara estar casada presenta una disminución en relación a los dos censos anteriores, mientras que los unidos, separados y divorciados incrementan su participación. Véase en el anexo 3.

Los datos proporcionados por el INEC nos demuestran que existe una disminución de matrimonios y existe un mayor incremento de otros estados poblacionales. Actualmente, se está presentando una nueva cara sociodemográfica del país formándose familias unipersonales las cuales prefieren como compañía a mascotas las cuales forman parte importante del hogar.

Producto Interno Bruto

Ecuador mantuvo la tendencia de crecimiento económico, cerrando el año 2013 con un resultado positivo de 4.5%, situando al PIB (a precios constantes) en USD \$66.879 millones.

² Instituto Nacional de Estadística y Censo, INEC, <http://www.inec.gob.ec>

PIB Per Cápita

El PIB Per cápita de Ecuador en 2013 fue de 5.720 dólares anuales, 295 dólares mayor que el año 2012, que fue de 5.425 dólares anuales. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2007 cuando el PIB per cápita en Ecuador era de 3.575 dólares anuales.

Según los datos del PIB Ecuador se encuentra en crecimiento económico lo cual nos demuestra que la situación económica de la población es buena, ya que puede mantener su hogar y por lo tanto tener mascotas en buenas condiciones (alimentación, chequeos veterinarios, aseo, etc).

5.1.2.2 Análisis interno

5.1.2.2.1 Análisis de la demanda del mercado objetivo

El presente estudio estará enfocado a la población de la Provincia de Pichincha, ciudad de Quito, barrio la Kennedy a la clase media, media alta que tenga mascotas.

El campo de actuación de los servicios médicos veterinarios estará destinado a la salud de mascotas como perros y gatos.

El análisis de la demanda es un proceso riguroso sin embargo este estudio se adaptará adecuadamente al estudio de mercado.

5.1.3 Segmentación

La segmentación de mercado nos ayudara a distinguir y determinar los rasgos básicos y generales del consumidor del producto y de esta manera tomar decisiones acertadas y efectivas.

Geográfica:

El presente proyecto se ubica en Sudamérica en la región sierra del Ecuador, en la Provincia de Pichincha, cantón de Quito, barrio la Kenndy en la Fundación Gora ubicada en Las Toronjas E12-161 y Av. El Inca.

Demográfica:

El proyecto está enfocado a personas hombres y mujeres mayores de edad entre 18 años y 55 años personas con capacidad de cuidar una mascota.

Psicográfica:

Nuestro mercado potencial se encuentra entre la clase media - media alta, considerando que las edades van de 18 a 55 años, los cuales tienen una personalidad definida y que tiene la capacidad de llevar a su mascota a una veterinaria.

5.1.4 Determinación del mercado objetivo

Para establecer nuestro mercado objetivo nos apoyamos en datos estadísticos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el cual nos facilitó información por Zonas y Sectores, de acuerdo a la tabla número 1.

Zonas poblacionales en el sector de la Kennedy

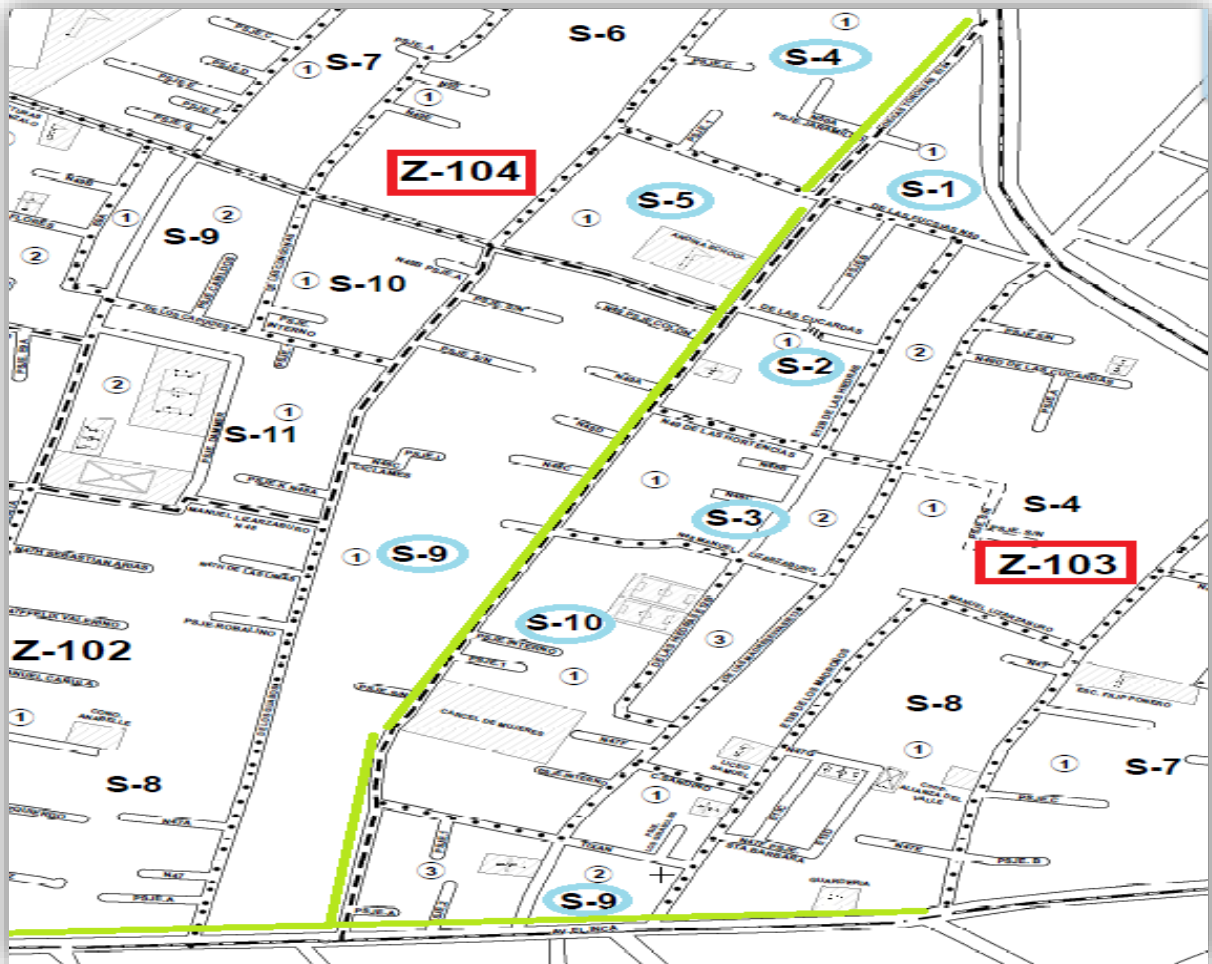


Figura 5. Zonas y sectores poblacionales del sector de la Kennedy, por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Como podemos observar en la tabla 1 se determinó Zonas (Z-103 y Z-104) y Sectores (S-1, 2, 3, 4, 5, 9 y 10) que se encuentran cerca de la Fundación Gora, de los cuales se tomó el número de pobladores para determinar la muestra.

Para cuantificar la demanda se toma como referencia el total de la población de las parroquias urbanas de la ciudad de Quito, el dato de la población viene dado del último censo poblacional del año 2010 y según datos del INEC.

Las Zonas pintadas de rojo y los sectores pintados con celeste fueron tomados para determinar la muestra. Adicionalmente se delimitó las calles donde se encuentra ubicada la Fundación Gora.

5.1.5 Determinación del tamaño de la muestra

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

DONDE:

N=1078 hogares en el sector la Kennedy en el año 2014.

Nivel de confianza: 95% => Z±1,96

E=0,05

P=0,5

Q=0,5

Por medio de la aplicación del método aleatorio simple con relación a la población, se determinará el número de la muestra a la que se deberá aplicar las técnicas escogidas de investigación.

$$n = \frac{1078 * (1,96)^2(0,5)(0,5)}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + (1078 - 1)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1078 * 3,84(0,5)(0,5)}{0,96 + 2.6925}$$

$$n = \frac{1034.88}{3.6525}$$

$$n = 283.33 \approx 283$$

5.1.6 Aplicación de encuestas

Con el uso de la técnica de la encuesta aplicada a la muestra, se llegará a determinar información relevante que sustente el problema de investigación, es decir la factibilidad de crear una clínica veterinaria en el barrio la Kennedy.

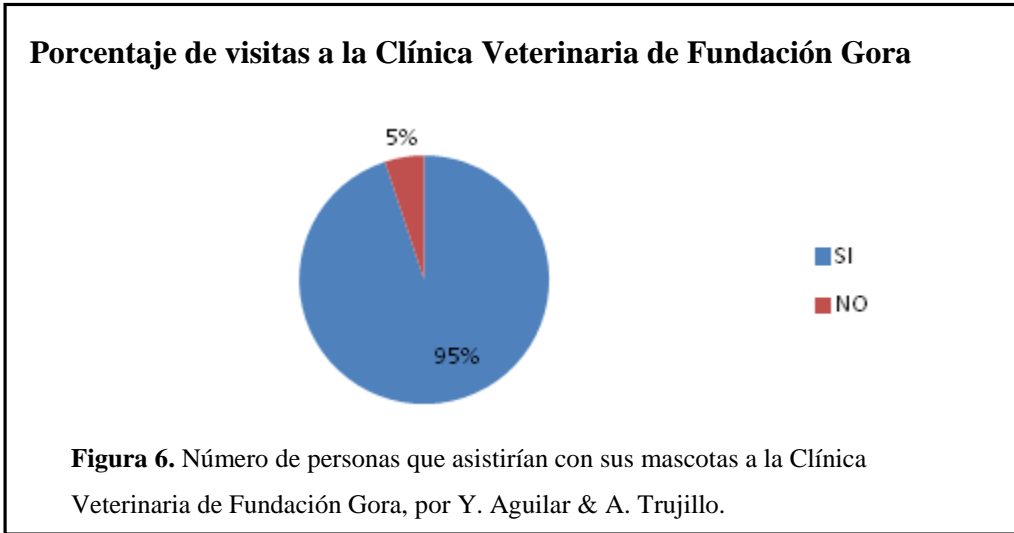
5.1.7 Tabulación y análisis de datos

Pregunta 1: Si la Fundación GORA crearía una clínica veterinaria en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Barrio la Kennedy ¿Usted asistiría con sus mascotas para la atención veterinaria?

Tabla 1.- Concurrencia a Clínica Veterinaria de la Fundación Gora

1	Si la Fundación GORA crearía una clínica veterinaria en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Barrio la Kennedy ¿Usted asistiría con sus mascotas para la atención veterinaria?	SI	NO	TOTAL
	Número de encuestados	268	15	283
	Porcentaje	95%	5%	100%

Nota: Asistencia con su mascota a la clínica veterinaria de Fundación Gora. Encuesta realizada a los pobladores del barrio la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.



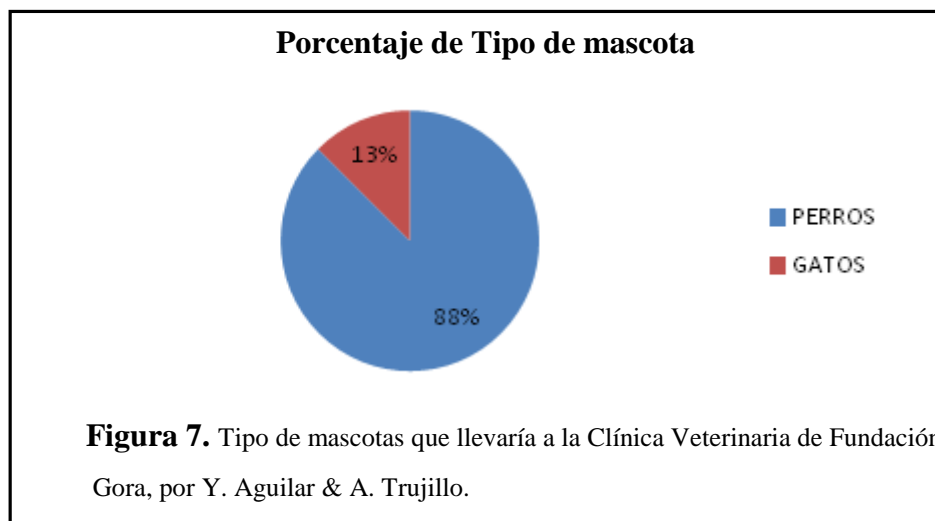
De acuerdo al total de encuestados el 95% es decir los 268 pobladores del barrio la Kennedy opinan que asistirían con sus mascotas para la atención veterinaria en la clínica veterinaria creada por parte de la Fundación Gora y el 5% es decir 15 pobladores del barrio la Kennedy respondieron que no asistirían.

Pregunta 2: Si la respuesta anterior es positiva. ¿Qué tipo de Mascotas usted llevaría a la clínica veterinaria?

Tabla 2.- Tipo de mascota

2	Si la respuesta anterior es positiva. ¿Qué tipo de Mascotas usted llevaría a la clínica veterinaria?	PERROS	GATOS	TOTAL
	Número de encuestados	248	35	283
	Porcentaje	88%	13%	100%

Nota: Tipo de mascota que llevaría a la clínica veterinaria de Fundación Gora. Encuesta realizada a los pobladores del barrio la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.



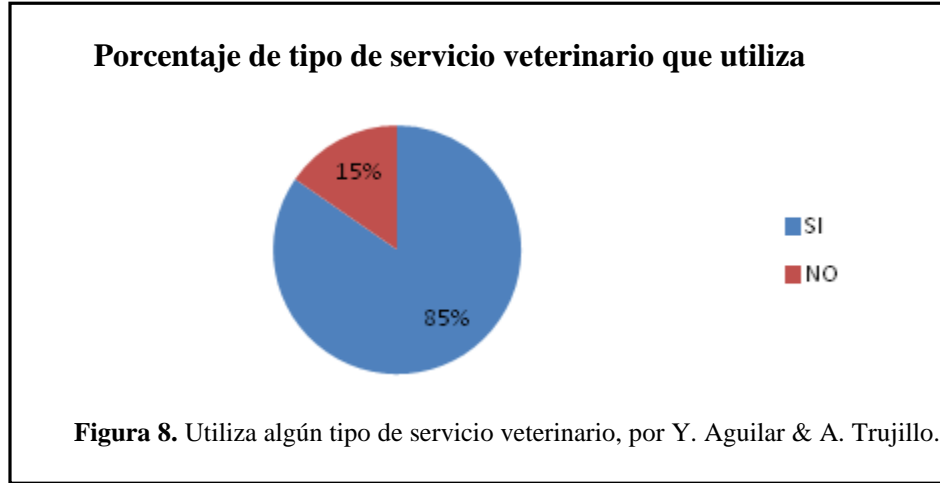
De acuerdo al total de encuestados el 88% es decir los 248 pobladores del barrio la Kennedy asistiría con perros a la clínica veterinaria y el 13% es decir 35 pobladores del barrio la Kennedy asistirían con gatos.

Pregunta 3: ¿Utiliza algún tipo de servicio veterinario?

Tabla 3.- Utiliza algún tipo de servicio veterinario

	¿Utiliza algún tipo de servicio veterinario?	SI	NO	TOTAL
3	Número de encuestados	239	44	283
	Porcentaje	85%	15%	100%

Nota: Utiliza algún tipo de servicio veterinario. Encuesta realizada a los pobladores del barrio la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.



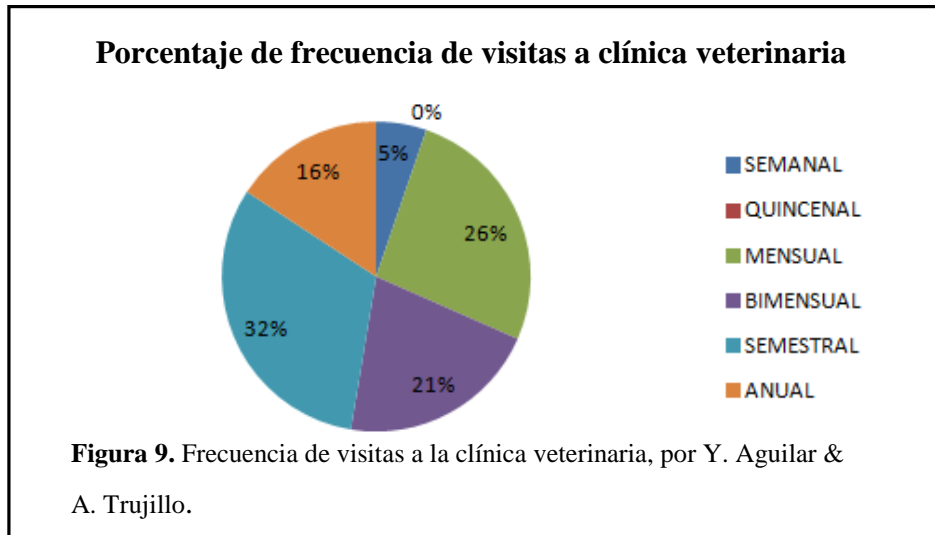
De acuerdo al total de encuestados el 85% es decir los 239 pobladores del barrio la Kennedy actualmente utilizan servicios veterinarios y el 15% es decir 44 pobladores del barrio la Kennedy no llevan a sus mascotas al veterinario.

Pregunta 4: ¿Con que frecuencia lleva a su mascota a la clínica veterinaria?

Tabla 4.- Frecuencia de visitas a clínica veterinaria

4	¿Con que frecuencia lleva a su mascota a la clínica veterinaria?	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	BIMENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL	TOTAL
	Número de encuestados	15	0	74	60	89	45	283
Porcentaje	5%	0%	26%	21%	32%	16%	100%	

Nota: Frecuencia de visitas a clínica veterinaria. Encuesta realizada a los pobladores del barrio la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.



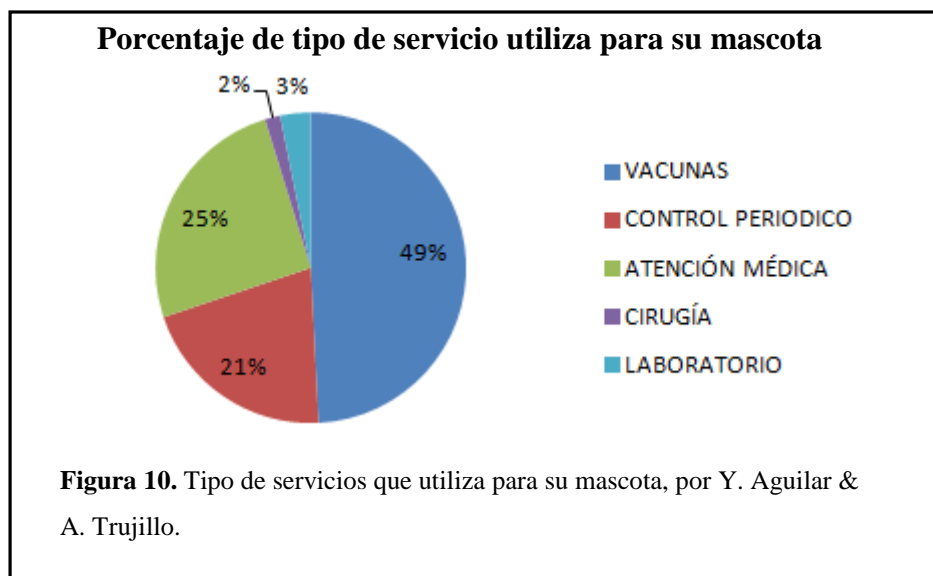
De acuerdo al total de encuestados el 32% es decir los 89 pobladores del barrio la Kennedy llevan semestralmente a sus mascotas a la clínica veterinaria; el 26% es decir 74 pobladores lleva mensualmente a su mascota al veterinario; el 21% es decir 60 pobladores llevan bimestralmente a su mascota al veterinario; el 16% es decir 45 pobladores lleva anualmente a su mascota al veterinario y el 5% es decir 15 pobladores llevan semanalmente a su mascota al veterinario

Pregunta 5: ¿Qué tipo de servicios utiliza para su mascota en una clínica veterinaria?

Tabla 5.- Tipo de servicios que utiliza para su mascota

5	¿Qué tipo de servicios utiliza para su mascota en una clínica veterinaria?	VACUNAS	CONTROL PERIODICO	ATENCIÓN MÉDICA	CIRUGÍA	LABORATORIO	TOTAL
	Número de encuestados	139	58	72	4	9	283
	Porcentaje	49%	21%	25%	2%	3%	100%

Nota: Tipo de servicios que utiliza para su mascota. Encuesta realizada a los pobladores del barrio la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.



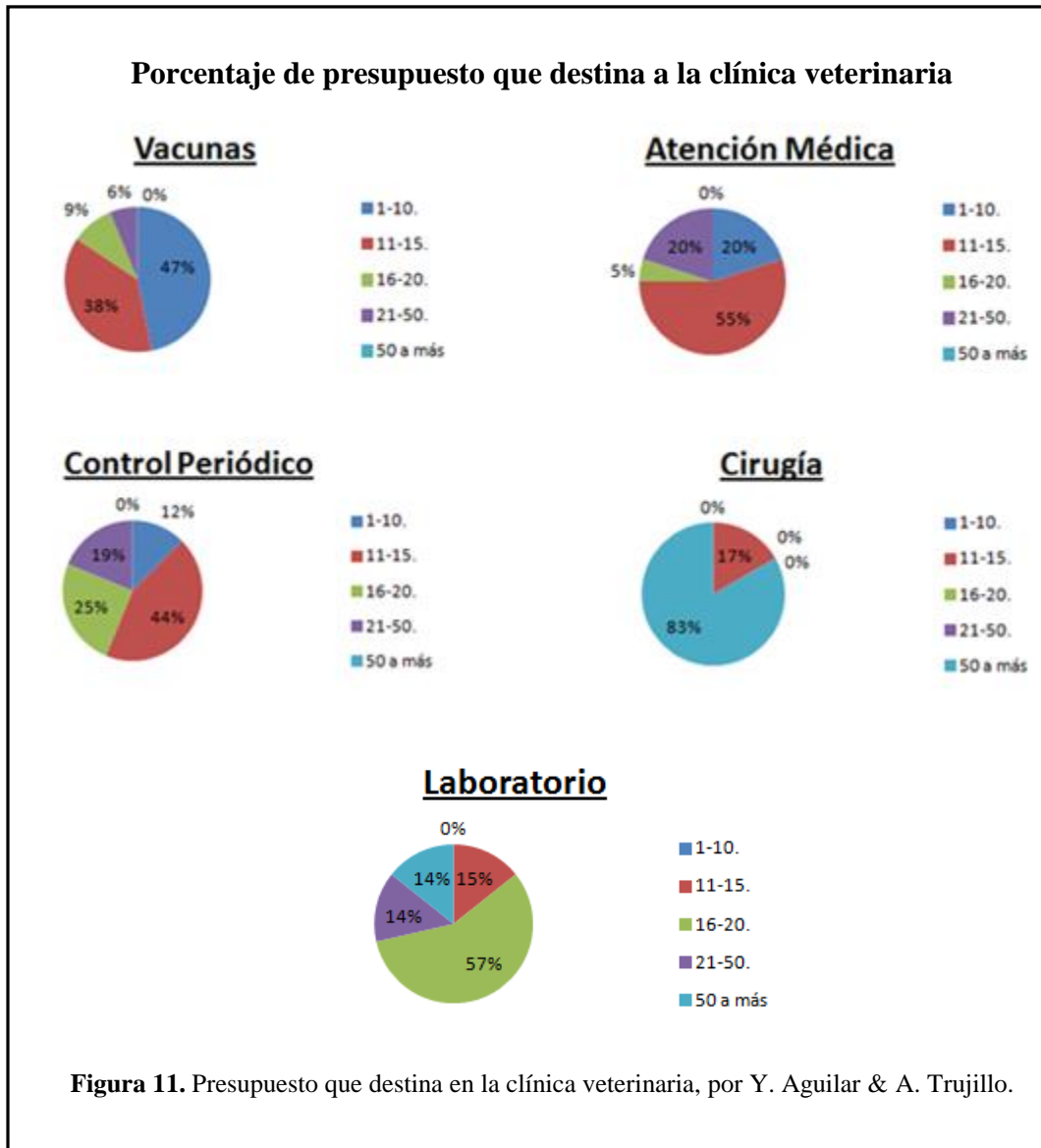
De acuerdo al total de encuestados el 49% es decir los 139 pobladores del barrio la Kennedy asisten a la clínica veterinaria para colocar vacunas a sus mascotas; el 25% es decir 72 pobladores asisten a la veterinaria por atención médica de sus mascotas; el 21% es decir 58 pobladores asisten a la veterinaria por control periódico de sus mascotas; el 3% es decir 9 personas asisten a la veterinaria por exámenes de laboratorio de su mascota y el 2% es decir 4 personas asisten a la veterinaria por cirugías de sus mascotas.

Pregunta 6: ¿Qué presupuesto destina para su mascota cuando va a la clínica veterinaria?

Tabla 6.- Presupuesto que destina en la clínica veterinaria

¿Qué presupuesto destina para su mascota cuando va a la		1-10.	11-15.	16-20.	21-50.	50 a más	TOTAL	
6	Vacunas	# Asistentes	133	106	27	18	0	283
	Porcentaje	47%	38%	9%	6%	0%	100%	
	Control Periódico	# Asistentes	35	124	71	53	0	283
	Porcentaje	13%	44%	25%	19%	0%	100%	
	Atención médica	# Asistentes	57	156	14	57	0	283
	Porcentaje	20%	55%	5%	20%	0%	100%	
	Cirugía	# Asistentes	0	47	0	0	236	283
	Porcentaje	0%	17%	0%	0%	83%	100%	
	Laboratorio	# Asistentes	0	40	162	40	40	283
	Porcentaje	0%	14%	57%	14%	14%	100%	

Nota: Presupuesto que destina en la clínica veterinaria. Encuesta realizada a los pobladores del barrio la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.



De acuerdo al total de encuestados el 47% opina que gastaría en vacunas en un rango de precio de USD \$1 a USD \$10. En el caso de atención médica el 55% opina que gastaría entre USD \$11 a USD \$15. En control periódico el 44% de encuestados opina que gastaría entre USD \$11 a USD \$15. En el caso de cirugía el 83% de encuestados gastaría USD \$50 dólares o más. En laboratorio el 57% de encuestados gastaría entre USD \$16 a USD \$20.

Pregunta 7: ¿Cuál de estos servicios considera importante para que exista una atención ideal y Eficaz? (responda máximo dos)?

Tabla 7.- Servicios importantes para atención ideal

7	¿Cuál de estos servicios considera importante para que exista una atención ideal y Eficaz? (responda	Atención Inmediata	Atención las 24 horas	Profesionalismo	Medicinas y Accesorios	Otros	TOTAL
	Número de encuestados	108	72	84	20	0	283
	Porcentaje	38%	25%	30%	7%	0%	100%

Nota: Servicios que serían importantes para una atención ideal y eficaz. Encuesta realizada a los pobladores del barrio la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.



De acuerdo al total de encuestados el 38% es decir 108 pobladores del barrio la Kennedy opinan que el servicio más importante para la atención ideal y eficaz de una clínica veterinaria es la atención inmediata; el 30% es decir 84 personas opinan que el profesionalismo; el 25% es decir 72 personas opinan que la atención 24 horas; el 7% es decir 20 personas opinan que las medicinas y accesorios.

5.1.8 Demanda

De acuerdo a las encuestas realizadas en el barrio la Kennedy se estableció el rango de precios por tipo de servicio a ofrecer que los posibles consumidores recibirían en la clínica veterinaria por parte de la Fundación GORA Grupo Operativo de Rescate Animal.

Para determinar la proyección de la demanda se tomó en cuenta los datos proporcionados por el INEC del número de habitantes en la ciudad de Quito, la población del barrio la Kennedy y el número de hogares, los cuales según datos de la Institución estos se incrementarán cada año.

A continuación se detalla el incremento poblacional:

Tabla 8.- Proyección incremento poblacional

Años	Población Quito	Población Barrio la Kennedy	Número de Hogares
2010	2,319,671	3,388	998
2011	2,365,973	3,456	1,018
2012	2,412,427	3,523	1,038
2013	2,458,900	3,591	1,058
2014	2,505,344	3,659	1,078
2015	2,551,721	3,727	1,098
2016	2,597,989	3,795	1,118
2017	2,644,145	3,862	1,138
2018	2,690,150	3,929	1,157
2019	2,735,987	3,996	1,177

Nota: Proyección incremento poblacional. Determinación de población y número de hogares en el sector la Kennedy, por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014.

Adicionalmente, para determinar el número de visitas al año a clínica veterinaria se tomó en cuenta los datos obtenidos del estudio de mercado con respecto a las preguntas 3 (Utiliza algún tipo de servicio veterinario), pregunta 1 (Si la Fundación Gora crearía una clínica veterinaria asistiría usted con sus mascotas) y pregunta 4 (Con qué frecuencia lleva a su

mascota a la clínica veterinaria). A continuación detallamos la determinación de la demanda por número de vistas al año:

Tabla.- 9 Proyección de la Demanda por número de visitas

Años	Población Quito	Población Barrio la Kennedy	Número de Hogares	85%	95%	Demanda por # de visitas al año	Demanda por # de visitas al mes	Demanda por # de visitas diario
				Va al Veterinario (*)	Nueva Clínica Veterinaria (**)			
2015	2.551.721	3.727	1.098	933	887	6.720	560	25
2016	2.597.989	3.795	1.118	950	903	6.842	570	26
2017	2.644.145	3.862	1.138	967	919	6.963	580	26
2018	2.690.150	3.929	1.157	984	935	7.085	590	27
2019	2.735.987	3.996	1.177	1001	951	7.205	600	27

(*) Referente pregunta 3 Utiliza algún tipo de servicio veterinario

(**) Referente pregunta 1 Si la Fundación Gora crearía una clínica veterinaria asistiría usted con sus mascotas

(***) Referente pregunta 4 Con qué frecuencia lleva a su mascota a la clínica veterinaria

Nota: Proyección de la Demanda por número de visitas. Refleja las necesidades de la población del barrio la Kennedy. Información tomada de encuestas realizadas a pobladores de la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.1.9 Análisis de la oferta y condiciones de la competencia

En el análisis de la oferta del proyecto se consideran a las clínicas, consultorios y en general a los profesionales veterinarios que centran sus servicios en la atención médica en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, barrio la Kennedy

5.1.9.1 Principales competidores

En el sector donde se ubicara la clínica tenemos dos posibles competidores:

- Clínica Animal Solutions está ubicada en el Av. Inca
- PET AGRO FD, esta no es un clínica, pero si trabaja un veterinario y en la Zona es conocido para realizar controles médicos a domicilio.

5.1.9.2 Cuantificación de la oferta

A la oferta se la puede definir como el grupo de empresas que producen un bien o servicio específico y que lo ponen a disposición de los consumidores para que estos los adopten.

En el análisis de la oferta del proyecto se consideran a las clínicas, consultorios y en general a los profesionales veterinarios que centran sus servicios en la atención médica a las pequeñas especies que se encuentran en el sector de la Kennedy.

Como se puede observar en el punto anterior existen 2 clínicas o consultorios veterinarios de los cuales se realizará una encuesta del número de visitas al día para poder proyectar la oferta anual a 5 años. Dicha encuesta arrojó que en promedio las veterinarias reciben 7 visitas al día cada una, 210 visitas al mes cada una y 2,520 visitas al año cada una.

Para este tipo de servicios es más recomendable establecer la proyección futura en base al porcentaje de incremento poblacional proyectada por el Instituto Nacional de Encuestas y Censos (INEC).

A continuación se puede observar la oferta proyectada por número de visitas:

Tabla.- 10 Proyección de la Oferta en número de visitas

Años	# de visitas promedio
2015	1.918
2016	1.952
2017	1.987
2018	2.022
2019	2.056

Nota: Proyección de la Oferta por número de visitas. Reflejan las visitas que reciben los competidores al año los pobladores del barrio la Kennedy. Información tomada de encuestas realizadas a competidores de la Kennedy, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.1.9.3 Determinación de la demanda insatisfecha

Se denomina demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre lo cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Baca Urbina, Gabriel. 1995. Evaluación de Proyectos. McGraw – Hill. Cuarta Edición. México)

Una vez que se ha obtenido la información concerniente a la demanda total y oferta total es necesario determinar cuál es la demanda insatisfecha, es decir, lo que los actuales centros veterinarios no han cubierto y el porcentaje que Clínica Veterinaria Fundación Gora cubriría del mercado que no está cubierto actualmente.

Tabla.- 11 Proyección de la Demanda Insatisfecha en número de visitas

Año	Demanda en # visitas al año	# de visitas promedio recibidas por año	Demanda Potencial Insatisfecha	70%
2015	6.720	1.918	4.802	3.362
2016	6.842	1.952	4.889	3.422
2017	6.963	1.987	4.976	3.483
2018	7.085	2.022	5.063	3.544
2019	7.205	2.056	5.149	3.604

Nota: Proyección de la Demanda Insatisfecha en número de visitas. Reflejan las necesidades o falta de este tipo de servicios en la población del barrio la Kennedy. La demanda mensual es de 280 visitas y un promedio esperado de 9 visitas diarias, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

La demanda insatisfecha es mayor a la oferta ya que existen pocas entidades dedicadas al servicio veterinario. La causa principal es que se trata de un mercado atípico.

5.1.10 Marketing Mix

El marketing mix significa el desarrollo de estrategias en cada uno de sus componentes a fin de que exista un complemento entre la variables que vayan en pro de que el servicio de la nueva clínica veterinaria por parte de la Fundación Gora en el barrio la Kennedy.

En tal virtud comenzaremos por el elemento de marketing mix que es el producto o servicio que vamos a ofertar.

5.1.10.1 Estrategia de Producto / Servicio

Líneas de servicios.- De acuerdo las encuestas realizadas a los potenciales consumidores las líneas de servicios de la Veterinaria GORA serán los siguientes:

- Atención médica: este servicio consiste en revisar a la mascota y se procede a sus respectivas curaciones dependiendo del caso o enfermedad.

- Control periódico: Dicho servicio consiste en una revisión rutinario de la mascota para determinar si se encuentra en óptimas condiciones o si necesita algún tratamiento.
- Vacunas: nuestro servicio consistirá en proporcionar las vacunas básicas para prevenir enfermedades y vacunas complementarias que mejoren las condiciones de la mascota.
- Cirugía: nuestro servicio consisten en realizar cirugías a través de personal especializado y competente que ayude a mejorar la calidad de vida de la mascota.
- Laboratorio: este servicio consiste en la realización de exámenes rutinarios y especializados para determinar el diagnóstico o enfermedad del paciente.

Calidad.- Los potenciales clientes desean que la clínica veterinaria tenga una atención inmediata, buen profesionalismo y atención las 24 horas para considerar un servicio de calidad.

Los servicios van a ser ejecutados por médicos veterinarios con título que tengan experiencia profesional en dicho campo a tiempo completo.

Marca.- Prevención, cuidado y protección de nuestras mascotas y de animalitos abandonados es lo que significa el siguiente imagotipo (combinar el logotipo, isotipo y slogan):



Figura 13. Imagotipo de la Clínica Veterinaria de Fundación GORA. Forma en la que la Fundación GORA podría establecer en si clínica veterinaria, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

La combinación de letras e imágenes de animalitos nos da a entender que la clínica veterinaria está diseñada para el bienestar y cuidado de las mascotas tanto de las que tienen un hogar responsables que están pendiente de uno de los integrantes de la familia como también de animalitos de la calle que necesitan la ayuda de toda la comunidad.

Slogan.- Es un lema publicitario que ayuda a identificar a la empresa. El slogan de la clínica veterinaria es la siguiente:

“Porque la vida de cualquier ser vivo tiene derecho a ser digna”

Nuestro slogan nos da a comprender que las mascotas deben ser tratadas con amor, cuidado y respeto por lo que necesitan de una clínica veterinaria responsable que ayude a los animales tanto a los que tienen un hogar como a los animales abandonados que sufren en las calles.

Colores corporativos.- Los colores que se incorporaron en el logo de la clínica veterinaria (rojo, naranja, amarillo y verde) son parecidos a los colores del arcoíris que significa: rojo – amor, naranja – orgullo, amarillo – alegría, verde – confianza.

Dichos colores nos producen esperanza en que la sociedad se concientice y exista un cambio cultural en relación a la tenencia responsable de las mascotas con la finalidad de que no existan más animales abandonados en las calles.

5.1.10.2 Estrategia de Precio

En la siguiente tabla se indica los precios que la clínica veterinaria cobraría por tipo de servicio según la tabulación de la pregunta número 6 (Qué presupuesto destinaria para su mascota cuando va a la clínica veterinaria).

Tabla 12.- Precios por Servicio

2015:

No.	SERVICIO	COSTO TOTAL AÑO	VISITAS	COSTO UNITARIO	% RENTABILIDAD	PVP
1	Atención Medica	11.718,46	672,31	17,43	2%	17,78
2	Vacunas	18.248,30	1.344,62	13,57	20%	16,29
3	Control Periodico	11.718,46	672,31	17,43	2%	17,78
4	Cirugía	11.958,46	336,15	35,57	40%	49,80

2016:

No.	SERVICIO	COSTO TOTAL AÑO	VISITAS	COSTO UNITARIO	% RENTABILIDAD	PVP
1	Atención Medica	11.118,81	684,48	16,24	10%	17,87
2	Vacunas	17.779,25	1.368,95	12,99	30%	16,88
3	Control Periodico	11.118,81	684,48	16,24	10%	17,87
4	Cirugía	11.363,61	342,24	33,20	55%	51,47

2017:

No.	SERVICIO	COSTO TOTAL AÑO	VISITAS	COSTO UNITARIO	% RENTABILIDAD	PVP
1	Atención Medica	11.318,75	696,66	16,25	10%	17,87
2	Vacunas	18.112,40	1.393,32	13,00	30%	16,90
3	Control Periodico	11.318,75	696,66	16,25	10%	17,87
4	Cirugía	11.568,45	348,33	33,21	55%	51,48

2018:

No.	SERVICIO	COSTO TOTAL AÑO	VISITAS	COSTO UNITARIO	% RENTABILIDAD	PVP
1	Atención Medica	11.517,49	708,78	16,25	10%	17,87
2	Vacunas	18.447,01	1.417,57	13,01	30%	16,92
3	Control Periodico	11.517,49	708,78	16,25	10%	17,87
4	Cirugía	11.772,18	354,39	33,22	55%	51,49

2019:

No.	SERVICIO	COSTO TOTAL AÑO	VISITAS	COSTO UNITARIO	% RENTABILIDAD	PVP
1	Atención Medica	11.714,09	720,83	16,25	10%	17,88
2	Vacunas	18.782,20	1.441,66	13,03	30%	16,94
3	Control Periodico	11.714,09	720,83	16,25	10%	17,88
4	Cirugía	11.973,88	360,42	33,22	55%	51,49

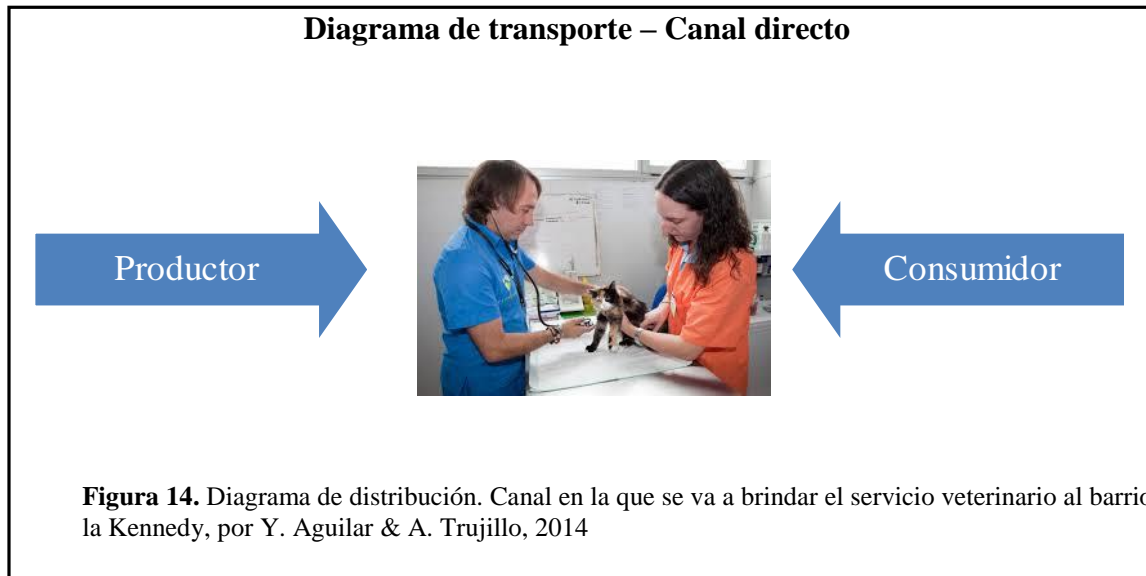
Nota: Precios por servicios. Los precios unitarios están calculados en base al total de gastos que va a incurrir la Clínica Veterinaria Fundación Gora más un margen de rentabilidad por servicio. Adicionalmente nos enfocados en base a las encuestas y a los competidores del barrio la Kennedy. Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.1.10.3 Estrategia de Plaza o distribución

En el pasado muchas empresas utilizaron un solo canal para vender a un solo mercado o segmento. Hoy en día con la proliferación de segmentos de clientes y posibilidades de canal, cada vez más compañías han adoptado sistemas de distribución multicanal, también conocidos como canales de marketing híbridos. Este tipo de marketing ocurre cuando una sola empresa establece dos o más canales de marketing para llegar a uno o más segmentos de clientes.

Dada la naturaleza específica de este negocio y la práctica del mercado lo más recomendable es el canal directo que en este caso consiste en productor - consumidor.

El canal será Productor – consumidor; en este caso esta distribución directa es en la que para las ventas de los servicios se requiere un contacto personal directo con el cliente.



En adición se utilizará también como medio de distribución otros sistemas como los siguientes:

- Call center o centro de llamadas es un área donde el agente o ejecutivo, especialmente entrenado, realizan llamadas y/o reciben llamadas desde o hacia los clientes.
- Internet es un medio que produce mayor interactividad entre el productor y el consumidor, ya que es una comunicación más transparente y mejora la atención del cliente.

5.1.10.4 Estrategia de Promoción y publicidad

La promoción es un esfuerzo que realizan las entidades para incrementar sus ventas, en nuestro caso la empresa va a establecer estrategias de comunicación para promocionar nuestro servicio.

La estrategia Pull (Tirón), la misma que va dirigida a los usuarios finales por lo que se centraran esfuerzos de comunicación, promoción y ventas a los dueños de las mascotas.

Una de las estrategias que vamos a aplicar es la promoción para ayudar a ahorrar al dueño de la mascota y a la vez aumentar la frecuencia, es el de hacerle un descuento a partir de la tercera visita a la clínica veterinaria en servicios médicos.

Otra promoción es entregar una tarjeta de beneficios, esto consiste en una tarjeta de plástico con datos del propietario de la mascota la cual le da derecho al 10% de descuento en servicios médicos.

Adicionalmente, una estrategia es ofrecer collares con identificación para la mascota a un precio económico como beneficio por ser cliente frecuente.

En cuanto a la publicidad se lo realizará a través de medios publicitarios para llegar a las personas del grupo objetivo como son:

Tabla 13.- Medios de promoción

MEDIO	DESCRIPCIÓN
Diarios	El comercio y la Hora: anuncios de 12 x 12 cm
Internet	Web site de la Fundación Gora.
Otras	* páginas amarillas: un anuncio a 2 colores * hojas volantes: en blanco y negro * vallas publicitarias: en buses y en pantallas.

Nota: Medios de promoción. Detalle de formas en la que la Fundación GORA puede realizar promoción de la clínica veterinaria, Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.1.11 Proyección de ventas preliminar

De acuerdo al número de visitas establecidas en la demanda (tabla 2) y a los resultados de la pregunta número 5 (Qué tipo de servicio utiliza para su mascota en la clínica veterinaria) se estableció el cuadro preliminar de la proyección de ventas a 5 años.

Tabla.-14 Cuadro preliminar de la proyección de ventas

Año	Visitas (*)	40%			20%			20%			10%			0%		Total Ventas	
		Vacunas	PVP	Precio Vacunas	Control Periódico	PVP	Precio Control	Atención Médica	PVP	Precio Atención	Cirugía	PVP	Precio Cirugía	Laboratorio	PVP		Precio Lab
2015	3.362	1.345	16,29	21.898	672	17,78	11.953	672	17,78	11.953	336	49,80	16.742	0	0%	0	62.545
2016	3.422	1.369	16,88	23.113	684	17,87	12.231	684	17,87	12.231	342	51,47	17.614	0	0%	0	65.188
2017	3.483	1.393	16,90	23.546	697	17,87	12.451	697	17,87	12.451	348	51,48	17.931	0	0%	0	66.378
2018	3.544	1.418	16,92	23.981	709	17,87	12.669	709	17,87	12.669	354	51,49	18.247	0	0%	0	67.566
2019	3.604	1.442	16,94	24.417	721	17,88	12.886	721	17,88	12.886	360	51,49	18.560	0	0%	0	68.747

Nota: Cuadro preliminar de la proyección de ventas. Datos efectuados con resultados de la demanda insatisfecha y el cálculo de precios de venta al público, Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.2 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es indispensable en la elaboración de un proyecto, pues permite verificar la posibilidad de la prestación de un servicio; además de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, instalaciones y la organización requeridos para la prestación del servicio.

5.2.1 Determinación del tamaño del proyecto

Al tamaño del proyecto se lo puede definir como la capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, es decir, lo que el proyecto está en capacidad de ofrecer un servicio en condiciones normales.

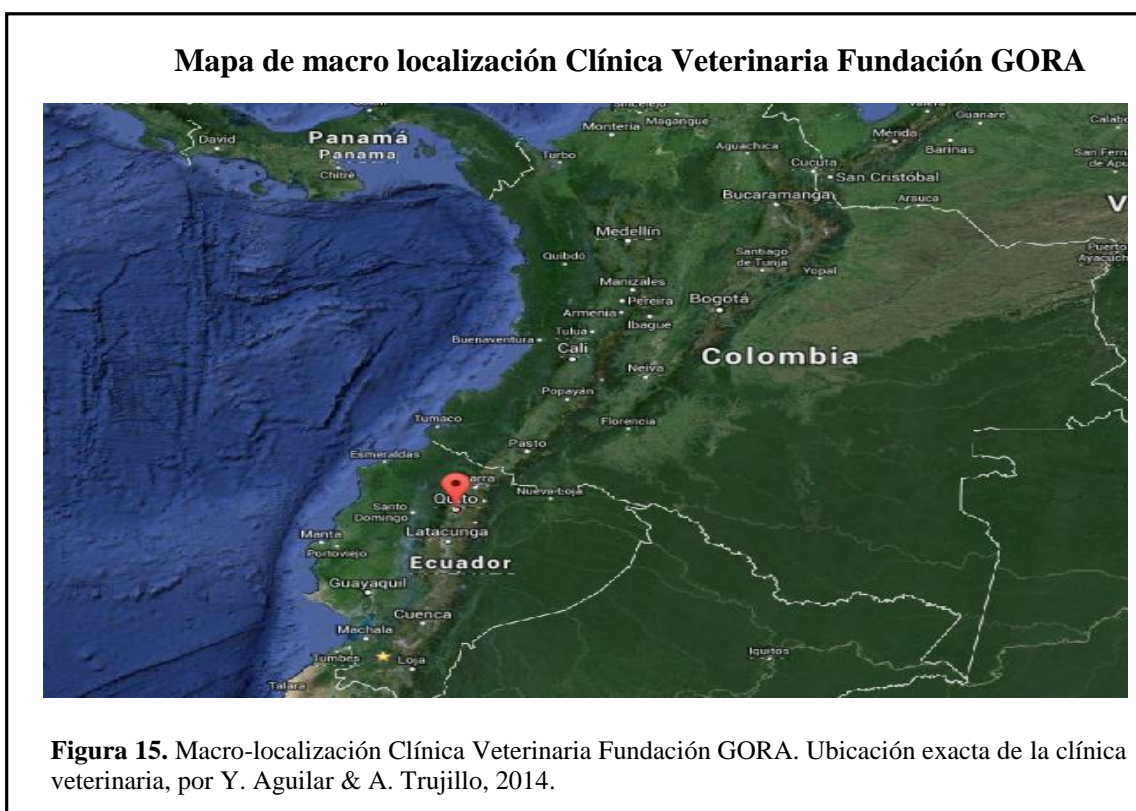
En el caso de esta clínica veterinaria, la capacidad de prestación de servicios en el año 2015 será de 3.362 visitas al año, 280 visitas mensuales y 9 visitas diarias, este valor fue calculado tomando en cuenta el nivel de demanda creciente que se muestra en la tabla No. 11.

5.2.2 Localización del proyecto

En la localización óptima del proyecto, se deben considerar algunas variables dependiendo de la región, país o ciudad, pues estas podrían afectar al normal desenvolvimiento de las operaciones de la clínica veterinaria, lo que se traduciría en pérdidas económicas, por lo que resulta muy esencial ubicar a la empresa en un sector estratégicamente beneficiado para aplicar una correcta logística a un bajo costo.

5.2.2.1 Macro localización

El presente proyecto se ubica en Sudamérica en la región sierra del Ecuador, en la Provincia de Pichincha. (Como los observamos en el siguiente Mapa)



5.2.2.2 Micro localización

Es la ubicación exacta del proyecto que se realizara en la Fundación Gora ubicada en Las Toronjas E12-161 y Av. El Inca, barrio la Kenny, ciudad de Quito - Provincia de Pichincha (como observamos en la imagen).



5.2.3 Ingeniería del proyecto

El propósito de la ingeniería del proyecto es resolver lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, el estudio inicia desde la descripción del proceso de producción de productos o servicios, adquisición de equipos y maquinarias necesarios para una producción óptima, la distribución óptima de la planta y llega hasta definir la estructura organizacional y jurídica de la empresa.

5.2.3.1 Proceso de brindar o vender un servicio

“El proceso de brindar un servicio es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en productos terminados mediante una determinada función de producción”, Administración De Operaciones Procesos y cadenas de valor Octava Edición, Krajewski, Larry P. Ritzman and Manoj Malhotra published by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, Copyright © 2007 , pag 7

5.2.3.2 Definición de proceso de brindar o vender un servicio

El proceso productivo para este proyecto se identifica con la prestación de servicios médicos, para lo cual se detallará el proceso de prestación del servicio:

5.2.3.2.1 Recepción del cliente

El proceso de prestación de servicios en esta clínica inicia con la llegada del cliente, y de acuerdo a sus necesidades se le prestaran los distintos servicios médicos tomando los datos tanto del propietario como a la mascota llenando una ficha médica para llevar un control periódico.

En este proceso se identifica si la mascota necesita atención de urgencias o solo chequeo, control y vacunas.

5.2.3.2.2 Revisión (Examen físico)

En este proceso se procede a realizar una exploración física de la mascota, tratando de tomar todos los signos y síntomas que se manifiestan para posteriormente poder llegar a un diagnóstico acertado.

5.2.3.2.3 Laboratorio

Si el examen físico no revelara todas las causas del problema y se tiene un diagnóstico presuntivo entonces se procederá a tomar muestras de tejidos, heces, orina, etc., es decir se conduce una exploración interna hasta obtener datos de suma importancia para llegar a un diagnóstico acertado

5.2.3.2.4 Diagnóstico

En este proceso se reúnen todos los datos obtenidos tanto de la exploración física como de la exploración interna, además se revisa la historia clínica si la mascota fue atendido anteriormente en esta clínica y se hace el análisis y la interpretación de la información para poder llegar a un diagnóstico que conducirá a preparar un adecuado plan terapéutico.

5.2.3.2.5 Plan terapéutico

Una vez definido el diagnóstico correcto se procede a elaborar un tratamiento clínico o quirúrgico apropiado para la perfecta rehabilitación de la mascota. Después de aplicado el plan terapéutico se procede al seguimiento o monitoreo del paciente para observar su evolución.

5.2.3.2.6 Honorarios

Una vez definido el plan terapéutico se procede a realizar la factura para el cobro de los servicios ofrecidos a la mascota de acuerdo la atención realizada.

5.2.3.2.7 Archivo de Historial

Una vez realizado el pago se archiva el historial de la mascota.

Flujograma del Proceso de Servicio en la Clínica Veterinaria Fundación Gora

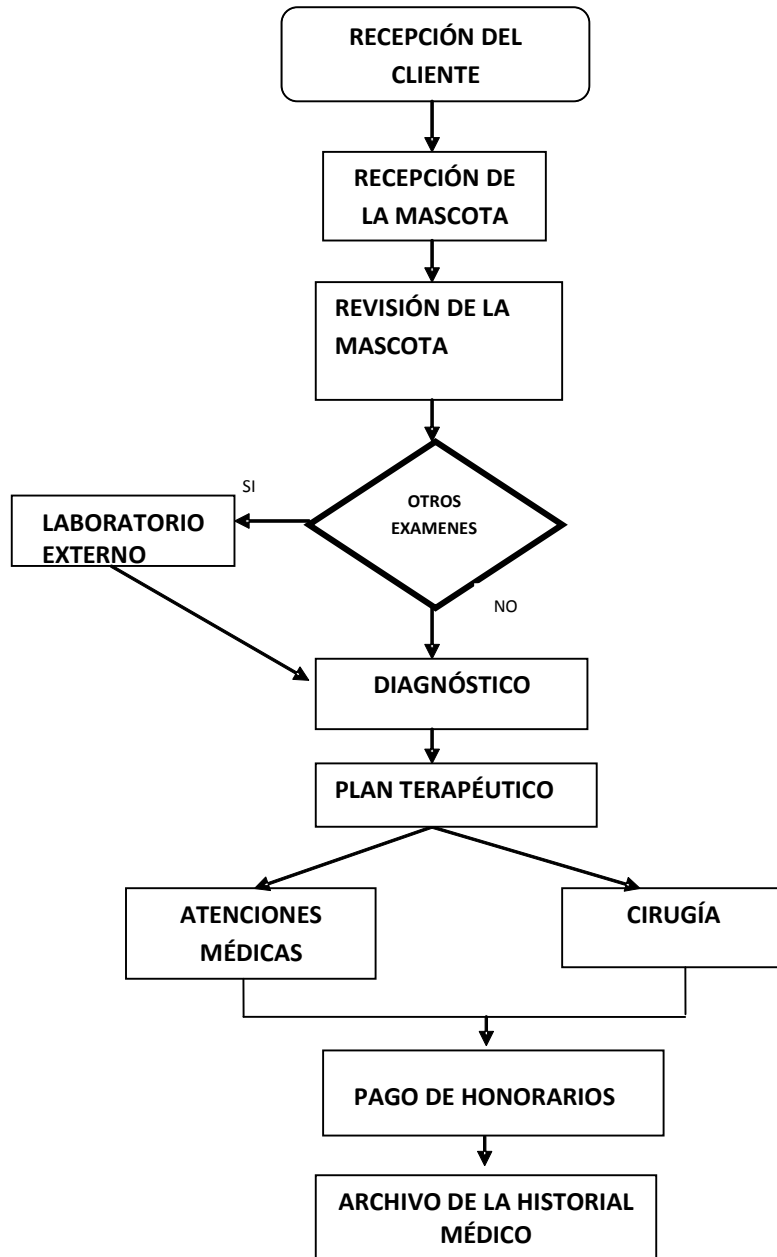


Figura 17. Proceso de servicio de la clínica veterinaria de Fundación GORA. Se determinan cuáles son los pasos para brindar el servicio, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.2.3.3 Especificaciones técnicas de la maquinaria y equipos

Una vez establecido el proceso de prestación de servicios, lo que corresponde ahora es realizar el análisis de los factores que determinan la adquisición de equipos y maquinarias, pues es esencial realizar este análisis para evitar cometer errores al momento de escoger un equipo que puede ocasionar que el servicio no satisfaga los requerimientos de la demanda y se desperdicien recursos, además estos análisis permiten hacer cálculos sobre el espacio que ocuparan dentro de la planta, es decir, de la distribución de la planta.

Los requerimientos de inversión para este proyecto se detallan a continuación:

5.2.3.3.1 Equipos de Cómputo

- 1 computadora (registro se puede hacer a mano)
- 1 Impresora

5.2.3.3.2 Muebles y enseres

- 1 escritorio
- 4 sillas
- 1 juego de sillas de espera
- 1 archivador
- Muebles separadores de oficinas
- 1 Mesa para cirugía
- 1 Mesa para atención (consulta)
- 5 Jaulas de hospitalización
- 1 Anaquel para Medicamentos

5.2.3.3.3 Equipos médicos

- 1 Porta Sueros
- Esterilizado.

- Balanza
- Cubre Objetos
- Estetoscopio
- Ganchos separadores de Farabeuf de 10 y 15 cm
- Hemóstato de Carmalt curvo, 2
- Hemóstato de Kelly curvo, 4
- Linterna eléctrica
- Mango de bisuri
- Manómetros
- Balón Ambu
- Termómetro
- Bombona de oxígeno
- Catéteres intravenosos
- Jeringas 50 ml para lavado gástrico
- Langaringoscopio
- Multiparámetros
- Máquina de Inhalación

5.2.3.4 Distribución en planta

“Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.”

La distribución de la clínica veterinaria, será distribución por producto (servicio), ya que agrupa a los trabajadores de acuerdo con la secuencia de operaciones realizadas en cada servicio

Plano de instalaciones de la Clínica Veterinaria Fundación Gora

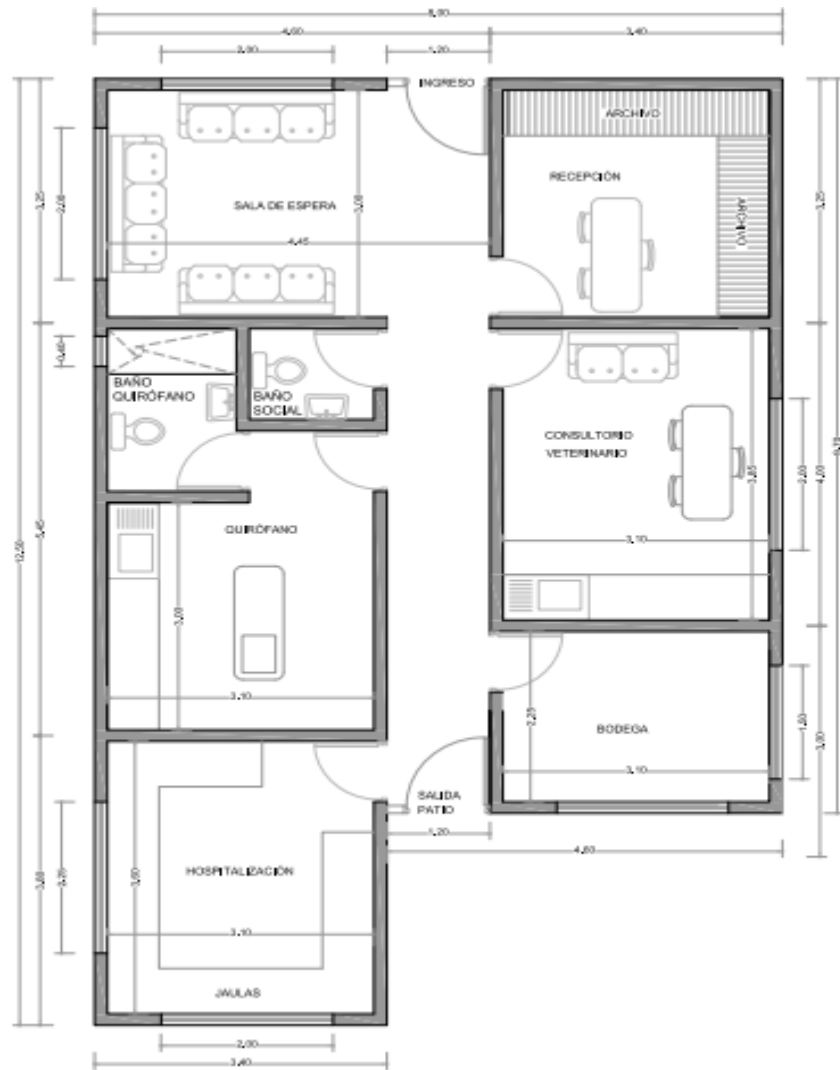


Figura 18. Plano de instalaciones de la Clínica Veterinaria Fundación GORA. Se muestra cual será el espacio que tendrá la clínica veterinaria de Fundación GORA, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

- Sala de espera

La sala de espera es un área en la cual se encontrará una secretaria, anaqueles con alimentos y accesorios, muebles y personas a la espera de atención.

- Consultorio

El consultorio es el sitio en donde se revisará a las mascotas y se procederá a sus respectivas curaciones.

- El espacio que debe tener el veterinario para realizar su trabajo.
- El espacio que ocupan los muebles y vitrinas de medicamentos.
- El tamaño estándar de las mascotas

- Quirófano

Los quirófanos son salas destinadas a las intervenciones quirúrgicas. :

- La sala de operaciones debe permitir que durante el acto quirúrgico haya suficiente espacio para el personal que interviene.
- Debe haber espacio para los muebles, equipos e instrumental médico.

- Hospitalización

La hospitalización consiste en un sitio en el cual permanecen mascotas después de haber recibido tratamiento quirúrgico o atención médica con diagnóstico reservado.

En esta sección se consideró:

- El número de jaulas
- El número de animales

5.2.3.5 Presupuesto de activos fijos, mano de obra, gastos de ventas y otros gastos.

Los datos expuestos en el siguiente cuadro fueron proporcionados por clínicas veterinarias y estimaciones de empresas que venden dichos equipos.

Tabla.- 15 Presupuesto de activos fijos.

CANTIDAD	MAQUINARIA, EQUIPO E INSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE CÓMPUTO			2.300
2	Computadoras	900	1.800
1	Impresora	500	500
MUEBLES Y ENSERES			4.352
2	escritorio	175	350
4	sillas	48	192
1	juego de sillas de espera	150	150
1	Archivador	140	140
9	muebles grandes separadores de oficina	100	900
4	muebles pequeños separadores de oficina	50	200
1	Mesa de cirugía	800	800
1	Mesa para consulta	600	600
5	Jaulas de hospitalización	150	750
1	Anaqueles para medicamentos	270	270
EQUIPOS MÉDICOS			4.874
1	Porta Sueros	66	66
1	Esterilizador	60	60
1	Balanza	100	100
1	Cubre objetos	15	15
2	Ganchos separadores de Farabeuf	33	66
1	Esteroscopio	87	87
2	Hemóstato de Carmalt curvo	15	30
4	Hemóstato de Kelly curvo	20	80
1	Linterna eléctrica	20	20
1	Mango de bistutí	13	13
2	Manómetros	43	86
3	Balón Ambu	47	141
1	Termómetro	10	10
3	Bombona de oxígeno	100	300
10	Catéteres intravenosos	50	500
10	Jeringas 50 ml para lavado gástrico	55	550
1	Langaringoscopio	150	150
1	Multiparámetros	1100	1.100
1	Máquina anestesia inhalación	1500	1.500
PRESUPUESTO TOTAL			11.526,00

Nota: Presupuesto de activos fijos. Se muestra lo que la Fundación GORA tendrá que gastar en activos fijos, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Todos los activos fijos son utilizados inicialmente por clínicas veterinarias, los cuales con el tiempo y con la expansión de dicha clínica podrían irse incrementando y renovando la tecnología utilizada.

A continuación se detallara el sueldo y pago de obligaciones de cada uno de los colaboradores de la clínica veterinaria:

Tabla.- 16 Presupuesto de nómina (sueldo y aporte).

Cantidad	Puesto requerido	Plazo	Sueldo mes	Sueldo año	Aporte patronal
1	Recepcionista	12	450,00	5.400,00	656,10
1	Asesores contables y tributarios externos	12	250,00	3.000,00	364,50
Subtotal gastos			700,00	8.400,00	1.020,60
1	Médico veterinario	12	1.000,00	12.000,00	1.458,00
Subtotal costos			1.000,00	12.000,00	1.458,00
Total			1.700,00	22.878,60	2.478,60

Nota: Presupuesto de nómina. Se muestra lo que la Fundación GORA tendrá que gastar en sueldos y aportes patronales al año, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

En el caso de los sueldos estos tendrán un incremento anual del 2%, con los cual incrementarán también los beneficios obligatorios.

Tabla.-17 Presupuesto de nómina (beneficios de ley).

Cantidad	Puesto requerido	Plazo	Sueldo mes	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Fondos de reserva
1	Recepcionista	12	450,00	450,00	340,00	-
1	Asesores contables y tributarios externos	12	250,00	250,00	340,00	-
Subtotal gastos			700,00	700,00	680,00	-
1	Médico veterinario	12	1.000,00	1.000,00	340,00	-
Subtotal costos			1.000,00	1.000,00	340,00	-
Total			2.720,00	2.720,00	1.020,00	-

Nota: Presupuesto de nómina. Se muestra lo que la Fundación GORA tendrá que gastar en beneficios de ley al año, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

En el caso de los fondos de reserva y provisión vacaciones serán pagados a partir del segundo año de trabajo de la nómina de acuerdo como se establece en la ley.

A continuación se detallan todos los gastos operacionales (arriendo, alimentos para mascotas, seguros, medicamentos, insumos de limpieza y desinfección, mantenimiento de equipos y maquinaria y tratamiento de desechos sólidos y líquidos) y gastos de administración y ventas (suministros y materiales, mantenimiento de instalaciones, agua, luz, teléfono, internet, publicidad y gastos de la organización):

Tabla.-18 Presupuesto de gastos generales.

DESCRIPCIÓN	Mensual	Año
Arriendo	400,00	4.800,00
Alimentos para mascotas	50,00	600,00
Seguros	100,00	1.200,00
Medicamentos	500,00	6.000,00
Insumos de limpieza y desinfección	100,00	1.200,00
Mantenimiento de equipos y maquinaria	90,00	1.080,00
Tratamiento de desechos sólidos y líquidos	150,00	1.800,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	1.390,00	16.680,00
Suministros y materiales	80,00	960,00
Mantenimiento de instalaciones	50,00	600,00
Agua	30,00	360,00
Luz	50,00	600,00
Teléfono	50,00	600,00
Internet	30,00	360,00
Publicidad	30,00	360,00
Gastos de Organización	408,33	4.900,00
TOTAL GASTOS EN ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	728,33	8.740,00
TOTAL GASTOS	2.118,33	25.420,00

Nota: Presupuesto de gastos generales. Se muestra lo que la Clínica Veterinaria Fundación Gora tendrá que gastar en gastos operativos y administrativos y ventas al año, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.2.4 Organización y administración.

La organización es un sistema que elige para poder lograr un objetivo determinado a través de los Recursos Humanos, siendo derivado del Talento del individuo y contando a su vez con otras organizaciones derivadas de la misma que permiten elaborar una metodología de

trabajo para lograr un fin específico, tomando un punto de partida y teniendo un objetivo de trabajo sobre el cual elaboraremos y desarrollaremos las actividades.

5.2.4.1 Misión, Visión y Valores

Misión:

GORA está dedicada al rescate, recuperación y ubicación de los animales que se encuentran en abandono y peligro eminente. Además brindamos servicios veterinarios a un costo accesible para bienestar de la comunidad.

Visión:

Concientizar a la comunidad acerca de los cuidados y obligaciones que conlleva la tenencia responsable de mascotas con el objetivo de lograr disminuir el abandono de mascotas en las calles y la sobrepoblación.

Valores:

- Respeto por la vida de los animales.
- Responsabilidad en relación a las mascotas.
- Obligaciones en el cuidado de las mascotas.

5.2.4.2 Régimen de constitución

Existen algunos artículos que se encuentran en bases legales los cuales podrán esclarecer que la clínica veterinaria formará parte de la fundación como entidad sin fines de lucro:

Según el artículo 580 del Código Civil establece lo siguiente:

“Art. 580.- Las fundaciones de beneficencia que hayan de administrarse por una agrupación de individuos, se registrarán por los estatutos que el fundador les hubiere dictado; y si el fundador no hubiere manifestado su voluntad a este respecto, o sólo

la hubiere manifestado incompletamente, se suplirá esta falta por el Presidente de la República.”

Según los Estatutos de la Fundación Gora en el artículo 9 literal 1) establece que la Fundación podrá auspiciar, fomentar y administrar una clínica veterinaria que preste servicios, a los proyectos de la fundación y a la comunidad en general.

5.2.4.3 Organigrama estructural de la clínica veterinaria

El centro de control animal (clínica veterinaria), estará organizado de la siguiente manera en el organigrama:

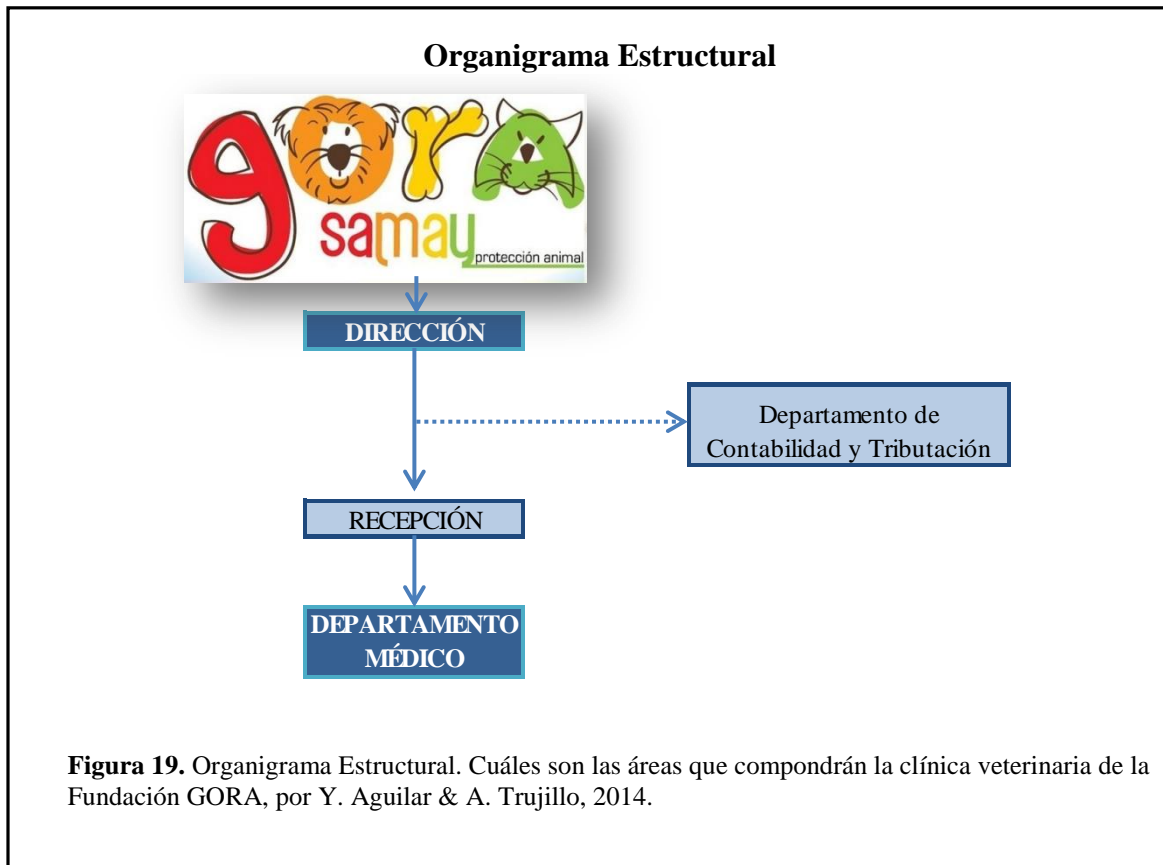


Figura 19. Organigrama Estructural. Cuáles son las áreas que compondrán la clínica veterinaria de la Fundación GORA, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Descripción de funciones de los puestos:

Una vez definido el organigrama estructural de la compañía, se debe escribir las funciones que tendrán que cumplir los funcionarios de esta empresa con el afán de que se cumplan los objetivos de la empresa y se preste un excelente servicio para satisfacer a los clientes internos y externos.

A continuación se detallan las funciones de cada puesto:

1. Dirección:

- Representar legalmente a la Compañía, en forma judicial o extrajudicial, en todo acto o contrato, obligándola con su sola firma
- Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la veterinaria.
- Dirigir la gestión económica – financiera de la veterinaria.
- Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la veterinaria.
- Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la veterinaria.
- Presentar anualmente informe de labores ante la Fundación Gora.
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Fundación Gora.
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la Ley, el presente Estatuto y Reglamentos de la veterinaria, así como señala la Junta General.

2. Recepción:

- Cumplir con la labor de apoyo al Director.
- Recibir documentos y enviarlos, atender llamadas, recibir y enviar mensajes, organizar archivo de la veterinaria.

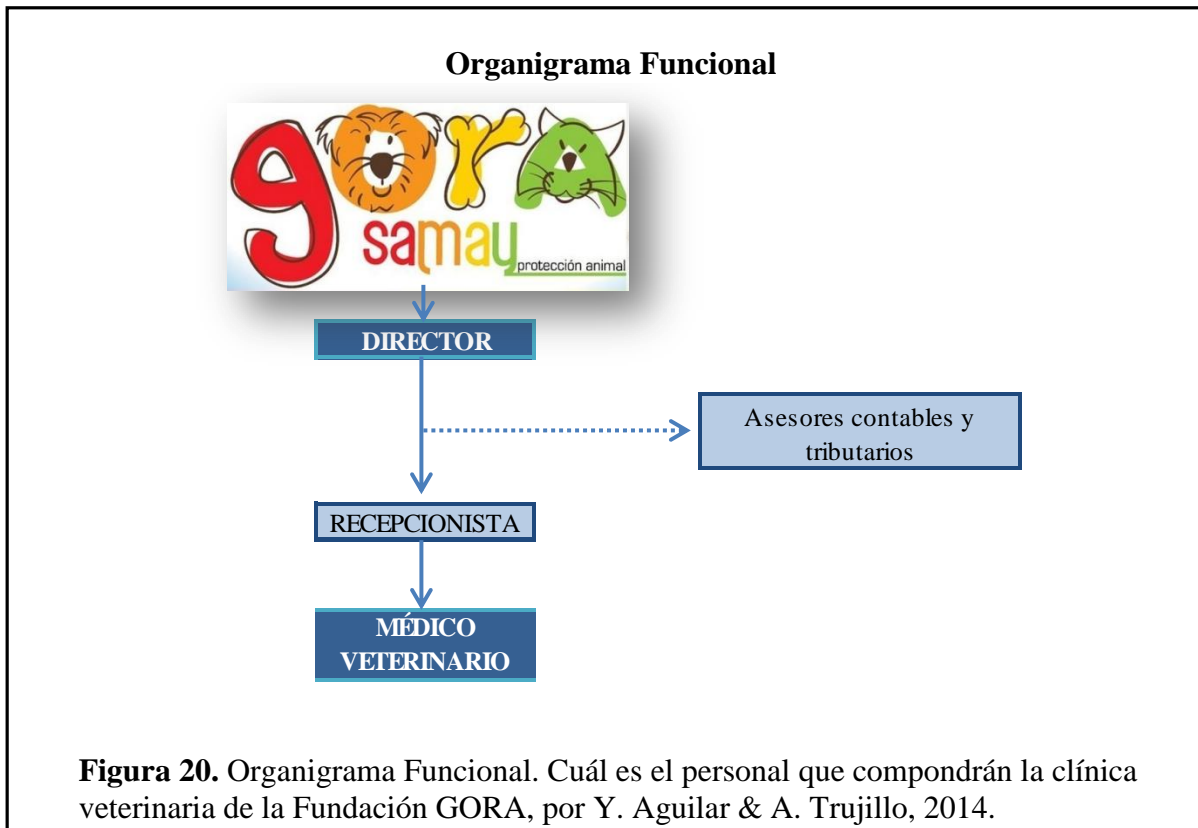
- Recibir a los pacientes y llenar fichas médicas (con los datos básicos del paciente y de los propietarios).

3. Departamento de contabilidad y tributación:

- Realizar los registros contables de acuerdo a la Ley (libros diarios, mayor general, balances, etc.)
- Realizar las declaraciones y pagos de impuestos de todo tipo (IVA, Retenciones en la Fuente, Impuesto a la Renta, etc.)
- Preparar balances mensuales, informes, etc.
- Elaborar los estados financieros y demás informes que se exigen para cerrar el ejercicio fiscal anual y para presentarlos en la Junta General.

4. Departamento médico:

- Brindar un excelente servicio de salud a los pacientes (mascotas) para comodidad de los mismos y de sus dueños.
- Asesorar a su asistente sobre los mejores procedimientos médicos quirúrgicos y estudios de patología.
- Mantener programas de salud internos para evitar contaminaciones provenientes de patologías presentadas en la atención a clientes.
- Mantener una capacitación constante en lo referente a nuevas prácticas médicas.
- Elaborar estadísticas que brinden valiosa información para una mejor planificación de los servicios de salud.
- Cumplir el reglamento de manejo de desechos sólidos del Ministerio de Salud Pública.



Requisitos del puesto:

DIRECTOR

Nombre del Cargo: Director

Cargo del Jefe inmediato: Fundación GORA

Cargos a los que supervisa: Recepcionista, Médico y Laboratorista

Requisitos para desempeñar el cargo

- ✓ Formación
 - ❖ Formación de Tercer Nivel
- ✓ Experiencia
 - ❖ Dos años de Experiencia laboral
- ✓ Conocimientos
 - ❖ Legislación civil

- ❖ Legislación penal
- ❖ Legislación ambiental general
- ❖ Legislación laboral
- ❖ Legislación tributaria
- ❖ Y demás leyes pertinentes

Principales Funciones

- ✓ Manejo Área Legal correspondiente a la compañía
- ✓ Trámites judiciales y extrajudiciales de la compañía
- ✓ Toma de decisiones que orienten el rumbo de la compañía

Competencias requeridas para el cargo

- ✓ Tolerancia a la Presión
- ✓ Comunicación
- ✓ Orientación a Resultados
- ✓ Liderazgo
- ✓ Adaptabilidad al Cambio

Autoridad

- ✓ Toma de decisiones que orienten el rumbo de la compañía.

RECEPCIONISTA

Nombre del Cargo: Recepcionistas

Cargo del Jefe inmediato: Director

Cargos a los que supervisa: N/A

Requisitos para desempeñar el cargo

- ✓ Formación
 - ❖ Cursando cuarto año en Ingeniería en Finanzas, Administración de Empresas, Auditoría o carreras afines.
- ✓ Experiencia

- ❖ Mínimo un año de experiencia como recepcionista
- ✓ Conocimientos
 - ❖ Microsoft Office
 - ❖ Redacción Comercial
 - ❖ Análisis Financiero
 - ❖ Atención al cliente

Principales Funciones

- ✓ Redactar Cartas para Solicitudes
- ✓ Redactar Cartas para Certificados
- ✓ Colaborar en la realización de Informes Financieros para la Dirección
- ✓ Tomar llamadas.
- ✓ Llenar fichas médicas.
- ✓ Archivo de historial.
- ✓ Gestión de cobro.

Competencias requeridas para el cargo

- ✓ Tolerancia a la Presión
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Colaboración
- ✓ Comunicación
- ✓ Orientación a Resultados

Autoridad

N/A

ASESORES CONTABLES Y TRIBUTARIOS

Nombre del Cargo: Asesores Contables y Tributarios Externos

Cargo del Jefe inmediato: N/A

Cargos a los que supervisa: N/A

Requisitos para desempeñar el cargo

- ✓ Formación
 - ❖ Título de Tercer Nivel en Contabilidad y Auditoría.
- ✓ Experiencia
 - ❖ Experiencia Mínima 2 años en áreas a fines.
- ✓ Conocimientos
 - ❖ Contabilidad de Servicios
 - ❖ Legislación Tributaria
 - ❖ Legislación Laboral
 - ❖ Legislación Societaria
 - ❖ Declaraciones de Impuestos
 - ❖ Elaboración de Anexos
 - ❖ Elaboración de Roles de Pagos
 - ❖ Manejo de programa Mycrosistem
 - ❖ Conciliación Tributaria
 - ❖ Balances Financieros

Principales Funciones

- ✓ Elaborar Balances
- ✓ Realizar Declaración de Impuestos
- ✓ Elaborar Anexos para el SRI
- ✓ Elaborar Roles de Pago
- ✓ Realizar Ajustes contables y regulación de cuentas
- ✓ Gestionar Cobranzas
- ✓ Revisar y Controlar todas las operaciones realizadas por cada uno de los Asistentes Contables
- ✓ Recepción de fondos por liquidar
- ✓ Elaborar Reportes requeridos por la Gerencia Financiera y Gerencia General
- ✓ Elaborar facturas a clientes
- ✓ Supervisar las actividades de Auxiliares Contables.

Competencias requeridas para el cargo

- ✓ Tolerancia a la presión
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Orientación a Resultados
- ✓ Liderazgo

Autoridad

N/A

MÉDICO VETERINARIO

Nombre del Cargo: Médico veterinario

Cargo del Jefe inmediato: Director

Cargos a los que supervisa: Asistente

Requisitos para desempeñar el cargo

- ✓ Formación
 - ❖ Título de Tercer Nivel en Veterinaria
- ✓ Experiencia
 - ❖ Experiencia Mínima 2 años en áreas a fines
- ✓ Conocimientos
 - ❖ Veterinarios.

Principales Funciones

- ✓ Atención y chequeo veterinario
- ✓ Recetar medicamentos.
- ✓ Cirugías.
- ✓ Diagnóstico de Exámenes.

Competencias requeridas para el cargo

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Liderazgo
- ✓ Profesionalismo

Autoridad

- ✓ Toma de decisiones en cada caso clínico.

5.3 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.3.1 Estudio Financiero

En el presente estudio financiero presentaremos los desembolsos que tendrá la Fundación GORA, el punto de equilibrio, la inversión que realizará para iniciar sus actividades, el flujo de efectivo

5.3.1.1 Inversiones

Al establecer la demanda potencial insatisfecha y la participación que tendrá la clínica veterinaria e identificar todos los equipos, maquinarias, personal y demás recursos es momento de cuantificarlos y definir cuál es el monto total de las inversiones que demandará el establecimiento de la clínica veterinaria y la manera de financiarlos.

6.3.1.1.1. Inversiones en activos fijos

En el siguiente cuadro presentaremos la inversión que se va a efectuar en equipo de cómputo, muebles y enseres y equipos médicos y de laboratorio:

Tabla.-19 Inversión en activos fijos

DETALLE	INVERSIÓN
Equipo de Cómputo	2.300
Muebles y Enseres	4.352
Equipos Médicos y de Laboratorio	4.874
TOTAL	11.526

Nota: Inversión en activos fijos. Muestra las inversiones que la clínica veterinaria de la Fundación GORA en activos fijos, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.3.1.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo son los recursos que la Clínica Veterinaria Fundación Gora necesitará para poder operar. Tomando en cuenta que los cobros son en efectivo se consideró un requerimiento de flujo para una semana de operación tiempo en el cual se estima se efectivice el dinero de las ventas.

Tabla.-20 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	MONTO
GASTOS QUE REQUIEREN SALIDA DE EFECTIVO ANUAL	46.508,44
GASTOS QUE REQUIEREN SALIDA DE EFECTIVO MENSUAL	3.875,70
GASTOS QUE REQUIEREN SALIDA DE EFECTIVO DIARIO	129,19
GASTOS QUE REQUIEREN SALIDA DE EFECTIVO SEMANAL	904,33

Nota: Capital de trabajo. Muestra lo que la clínica veterinaria de la Fundación Gora necesitará para operar semanalmente, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Para el cálculo se tomaron los gastos que requieren salida de efectivo durante el período indicado.

5.3.1.3 Financiamiento de Inversiones

Al haber establecido el valor de la inversión total y después de haber analizado las políticas bancarias, es momento de proponer la estructura del financiamiento, que consiste en calcular cuánto recurso ajeno se necesita conseguir después de la disposición de los recursos propios, además considerando que los costos del financiamiento (intereses) constituyen un escudo fiscal que favorece a la disminución de la base imponible para impuestos, lo cual es un estímulo para trabajar con capital prestado, la estructura del financiamiento es la siguiente:

1. Capital Propio:	USD \$5.213,00
2. Donaciones de Terceros:	USD \$5.213,00 (*)
3. Financiamiento Banco:	USD \$6.000,00
TOTAL:	USD\$16.426,00

(*) En el caso de las donaciones de terceros estas son efectuadas por organizaciones y personas en general que conocen y apoyan las labores de Fundación Gora.

Los valores antes expuestos se tomaron del siguiente cuadro:

Tabla.-21 Cuadro de Inversiones

DETALLE	INVERSIÓN
Equipo de Cómputo	2.300
Muebles y Enseres	4.352
Equipos Médicos	4.874
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.526
Instalación de equipos y maquinaria	1.000
Estudios	1.000
Gastos legales	600
Coordinación administrativa	1.200
Adecuación de bienes arrendados	1.100
TOTAL GASTOS DE LA ORGANIZACIÓN	4.900

Nota: Financiamiento en Inversiones. Se determina el valor que la clínica veterinaria va invertir y su financiamiento, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Como se mencionó anteriormente la forma de financiamiento será mixta, es decir, con fondos, propios, donaciones y fondos ajenos, para lo cual existe la participación de constituyentes, donadores y de una institución financiera respectivamente.

La institución financiera Produbanco otorgará el préstamo de USD \$6.000 a un plazo de 3 años y con una tasa de 15.19% anual en pagos mensuales. Dicha institución financiera para otorgar el crédito se basará en la ubicación de la clínica veterinaria y en la probabilidad de generar flujo de efectivo.

A continuación se muestra la tabla de amortización con los datos arriba indicados:

Tabla.-22 Cuadro de Amortizaciones del Préstamo

Deuda	6000	
Seguro	0	
Total deuda	6000	
Tiempo	3	año
Interés	15,19%	nominal
Cuotas	12	al año

FECHAS	PERIODO	CAPITAL	INTERES ANUAL	AMORTIZACIÓN	PAGOS DEL CAPITAL
01/01/2015	1	6.000,00	75,95	208,55	132,60
01/02/2015	2	5.867,40	74,27	208,55	134,28
01/03/2015	3	5.733,12	72,57	208,55	135,98
01/04/2015	4	5.597,14	70,85	208,55	137,70
01/05/2015	5	5.459,44	69,11	208,55	139,44
01/06/2015	6	5.320,00	67,34	208,55	141,21
01/07/2015	7	5.178,79	65,55	208,55	143,00
01/08/2015	8	5.035,79	63,74	208,55	144,81
01/09/2015	9	4.890,99	61,91	208,55	146,64
01/10/2015	10	4.744,35	60,06	208,55	148,50
01/11/2015	11	4.595,85	58,18	208,55	150,37
01/12/2015	12	4.445,48	56,27	208,55	152,28
01/01/2016	13	4.293,20	54,34	208,55	154,21
01/02/2016	14	4.138,99	52,39	208,55	156,16
01/03/2016	15	3.982,84	50,42	208,55	158,13
01/04/2016	16	3.824,70	48,41	208,55	160,14
01/05/2016	17	3.664,57	46,39	208,55	162,16
01/06/2016	18	3.502,40	44,33	208,55	164,22
01/07/2016	19	3.338,19	42,26	208,55	166,29
01/08/2016	20	3.171,89	40,15	208,55	168,40
01/09/2016	21	3.003,49	38,02	208,55	170,53
01/10/2016	22	2.832,96	35,86	208,55	172,69
01/11/2016	23	2.660,27	33,67	208,55	174,88
01/12/2016	24	2.485,39	31,46	208,55	177,09
01/01/2017	25	2.308,30	29,22	208,55	179,33
01/02/2017	26	2.128,97	26,95	208,55	181,60
01/03/2017	27	1.947,37	24,65	208,55	183,90
01/04/2017	28	1.763,47	22,32	208,55	186,23
01/05/2017	29	1.577,24	19,97	208,55	188,59

FECHAS	PERIODO	CAPITAL	INTERES ANUAL	AMORTIZACIÓN	PAGOS DEL CAPITAL
01/06/2017	30	1.388,66	17,58	208,55	190,97
01/07/2017	31	1.197,69	15,16	208,55	193,39
01/08/2017	32	1.004,30	12,71	208,55	195,84
01/09/2017	33	808,46	10,23	208,55	198,32
01/10/2017	34	610,14	7,72	208,55	200,83
01/11/2017	35	409,31	5,18	208,55	203,37
01/12/2017	36	205,94	2,61	208,55	205,94

Nota: Amortización del préstamo. Se determina el valor del préstamo y sus amortizaciones en 3 años, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.3.1.4 Flujo de efectivo

El Flujo de efectivo es estado contable que informa las variaciones y movimientos del efectivo en un periodo determinado.

El siguiente cuadro nos demostrará la capacidad que la clínica veterinaria va a tener para genera efectivo en una proyección a 5 años:

Tabla.-23 Flujo de Efectivo

**CLÍNICA VETERINARIA FUNDACIÓN GORA
FLUJO DE EFECTIVO**

CUENTAS / AÑOS	0	1	2	3	4	5
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inversión	17.926					
Ventas		62.480	64.944	65.933	67.117	68.579
(-) Gastos operacionales		33.368	35.112	35.873	36.651	37.447
(=) Margen de contribución		29.112	29.831	30.060	30.466	31.132
(-) Gastos administrativos y ventas		18.041	14.174	14.516	14.865	15.221
(-) Gastos financieros		796	518	194	0	0
(-) Depreciación y amortización		1.383	1.383	1.383	1.383	1.383
(=) Flujo operativo		8.893	13.757	13.968	14.219	14.528
(+) Depreciación y amortización		1.383	1.383	1.383	1.383	1.383
(-) Pagos de capital		1.707	1.985	2.308	0	0
(=) Flujo neto de efectivo		8.568	13.154	13.042	15.601	15.911

Nota: Flujo de efectivo. Se proyecta a 5 años para saber la viabilidad del proyecto, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.3.1.5 Estado de Resultados

Es un estado contable que muestra la forma como se obtendrá el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

En el siguiente cuadro proyectaremos nuestro estado de resultados a 5 años, lo cual nos demuestra que la clínica veterinaria va a generar utilidades.

Tabla.-24 Estado de Resultados

CLÍNICA FUNDACIÓN GORA
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

CUENTAS / AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas		62.479,54	64.943,58	65.933,22	67.117,22	68.578,78
Aportes de constituyentes	5.963,00					
Donaciones de terceros	5.963,00					
TOTAL INGRESOS	11.926,00	62.479,54	64.943,58	65.933,22	67.117,22	68.578,78
GASTOS OPERACIONALES						
Nómina		14.798,00	16.170,90	16.553,05	16.944,73	17.346,26
Arriendo		4.800,00	4.896,00	4.993,92	5.093,80	5.195,67
Alimentos para mascotas		240,00	244,80	249,70	254,69	259,78
Seguros		1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92
Medicamentos		2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Insumos de limpieza y desinfección		600,00	612,00	624,24	636,72	649,46
Mantenimiento de equipos y maquinaria		600,00	612,00	624,24	636,72	649,46
Vacunas		7.529,84	7.680,44	7.834,05	7.990,73	8.150,54
Tratamiento de desechos sólidos y líquidos		1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92
Depreciaciones y amortizaciones		487,40	487,40	487,40	487,40	487,40
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		33.855,24	35.599,54	36.360,51	37.138,59	37.934,25
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS						
Nómina		10.800,60	11.787,63	12.081,13	12.381,31	12.688,38
Suministros y materiales		360,00	367,20	374,54	382,03	389,68
Mantenimiento de instalaciones		480,00	489,60	499,39	509,38	519,57
Agua		300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Luz		300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Teléfono		300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Internet		300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Publicidad		300,00	306,00	312,12	318,36	324,73
Depreciaciones y amortizaciones		895,20	895,20	895,20	895,20	895,20
Gastos de Organización		4.900,00	-	-	-	-
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		18.935,80	15.069,63	15.410,87	15.759,74	16.116,47
EXCEDENTES OPERACIONALES		9.688,50	14.274,41	14.161,84	14.218,89	14.528,06
CARGOS FINANCIEROS						
Intereses		795,81	517,71	194,30	-	-
EXCEDENTES NETOS	11.926,00	8.892,69	13.756,70	13.967,54	14.218,89	14.528,06
Margen de excedentes		14%	21%	21%	21%	21%

(*) En las entidades sociales no se utiliza el término utilidades sino excedentes porque no tienen un lucro.

Nota: Estado de resultados. Se determina el valor de la pérdida o ganancia en la actividad económica que realizará la Clínica Veterinaria Fundación Gora, cabe señalar que las Fundaciones no generan utilidades sino excedentes, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.3.1.6 Balance General

Es un informe financiero que refleja la situación de la empresa en un tiempo determinado. Dicho estado está conformado por activos corrientes, activos fijos, pasivos corrientes y patrimonio.

Activo corriente.- Según la NIC 7, 8, 9, 48 y 49 el efectivo, comprende la caja y los depósitos bancarios a la vista. Mientras que el equivalente al efectivo, son inversiones a corto plazo de gran liquidez (hasta 90 días), que son fácilmente convertibles en valores en efectivo, con riesgo insignificante de cambios en su valor.

Inventarios.- Son activos poseídos para ser vendidos, están en proceso de producción para la venta, son materiales o suministros. NIC 2p6 Sección 13.1.

Propiedad, planta y equipo.- Son los activos que posee la entidad para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios o para propósitos administrativos. NIC 17 p20.

Depreciación acumulada.- Se depreciará de forma separada cada parte de un elemento de propiedades, planta y equipo que tenga un costo significativo con relación al costo total del elemento. NIC 16p43 Sección 17p16.

Pasivo corriente (cuentas y documentos por pagar).- Una entidad reconocerá un pasivo financiero en su estado de situación financiera, cuando se convierta en parte obligada con terceros.

En el siguiente cuadro se proyectará el balance general de la clínica veterinaria en el año 2015:

Tabla.- 25 Balance General

CLÍNICA VETERINARIA FUNDACIÓN GORA
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
Del 01 enero al 31 de diciembre del 2015

ACTIVOS.			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		9.068,49	PASIVOS CORRIENTES		2.084,90
Caja	300,00		Cuentas por Pagar	100,00	
Bancos	8.268,49		Documentos por Pagar	1.984,90	
Cuentas por Cobrar	-		Impuestos por pagar	-	
Documentos por cobrar	-		PASIVOS NO CORRIENTES		2.308,30
Inventarios Accesorios	500,00		Documentos por Pagar	2.308,30	
ACTIVOS NO CORRIENTES		10.143,40	TOTAL PASIVOS		4.393,20
Equipo de Cómputo	2.300,00		PATRIMONIO		14.818,69
Muebles y Enseres	4.352,00		Capital	5.926,00	
Equipos Médicos	4.874,00		Excedente	8.892,69	
(-) Depreciación acumulada	1.382,60		TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO		19.211,89
TOTAL ACTIVOS		19.211,89			

Nota: Balance General. Se presenta los valores que generó la actividad económica de la fundación en un período determinado, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.3.1.7 Indicadores de evaluación financiera

Los índices financieros son los cálculos de las razones que analizan el pasado, presente y futuro de una empresa. Para la evaluación financiera de la clínica veterinaria de Fundación Gora se analizará los principales índices financieros de la gestión, los mismos que se detallan a continuación:

Razón Corriente

La razón corriente refleja la cantidad en dólares que se posee en activos corrientes para cubrir cada dólar de la deuda a corto plazo.

Tabla.- 26 Razón Corriente

<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 10px;">RAZÓN CORRIENTE</div> $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$

RAZÓN CORRIENTE	
$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	4,35

Nota: Razón Corriente. Nos refleja si la empresa podría cubrir la totalidad de las obligaciones a corto plazo, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Este indicador nos refleja que la clínica veterinaria tendría en el año 2015 USD \$4,35 para cubrir cada dólar de Pasivo Corriente, es decir podría cubrir la totalidad de las obligaciones a corto plazo y existirá un excedente de USD \$3,35.

Rotación de Activos Totales

La rotación de activos totales, indica la eficacia con que la clínica veterinaria utilizará en sus activos para generar ventas, esta razón es de gran importancia, ya que indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes en el aspecto financiero.

Tabla.- 27 Rotación de Activos Totales

ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES	
$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	

ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES	
$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$	3,25

Nota: Rotación de Activos Totales. Nos refleja cuanto se genera en ventas por inversiones en activos, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Para el año 2015 se presentará una rotación de activos totales de 3,25; lo cual indica que por cada USD \$1,00 invertido en activos se genera USD \$3,25 en ventas.

Razón de Deuda

Mide la proporción de los activos totales financiados por los acreedores de la clínica veterinaria. Así mismo, sirve para identificar el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios del ente económico y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento presentado.

Tabla.-28 Razón de Deuda

RAZÓN DE DEUDA	
$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	

RAZÓN DE DEUDA	
$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	22,87%

Nota: Razón de Deuda. Nos refleja el porcentaje de apalancamiento que la clínica veterinaria obtendrá, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

En el año 2015 el apalancamiento que la clínica veterinaria obtendrá será de 22,87%, es decir los activos totales no serán financiados con capital propio.

Margen de Utilidad Operacional

El Margen de Utilidad Operativa mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos que no sean de intereses e impuestos, es decir, representa la utilidad pura obtenida de cada Dólar de venta.

Tabla.-29 Margen de Utilidad Operacional

MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	
$\frac{\text{Excedente operacional}}{\text{Ventas}}$	
MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	
$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}}$	15,51%

Nota: Margen de Utilidad Operacional. Nos refleja el porcentaje que la clínica veterinaria obtendrá luego de haber descontado los costos y gastos administrativos y de ventas, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

El índice representa que por cada USD. \$ 100,00 obtiene USD. \$15,51 después de haber descontado los costos y gastos administrativos y de ventas en el año 2015.

Margen de Utilidad Neta

El Margen de Utilidad Neta calcula el porcentaje de cada Dólar de ventas que obtiene la clínica veterinaria después de haber deducido los costos y gastos incluyendo la participación trabajadores e impuestos. Expresa el monto de las utilidades que se obtienen por cada unidad monetaria de ventas.

Tabla.-30 Margen de Utilidad Neta

MARGEN UTILIDAD NETA	
$\frac{\text{Excedentes Netos}}{\text{Ventas}}$	
MARGEN UTILIDAD NETA	
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	14,23%

Nota: Margen de Utilidad Neta. Mide la eficiencia operativa de la clínica veterinaria, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Este resultado significa que por cada USD \$ 100.00 de venta se generará USD \$14,23 de utilidad. Este indicador mide la eficiencia operativa de la clínica veterinaria, por cuanto todo incremento en su resultado señala la capacidad de la empresa para aumentar su rendimiento, dado un nivel estable de ventas.

Margen de Utilidad sobre Activo Total

El Margen de Utilidad sobre Activo Total determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles; expresa cuantas unidades monetarias de utilidad se han generado por cada unidad monetaria de activos disponibles.

Tabla.-31 Margen de Utilidad sobre Activos Totales

MARGEN UTILIDAD SOBRE ACT. TOTAL	
$\frac{\text{Excedentes Netos}}{\text{Activo Total}}$	
MARGEN UTILIDAD SOBRE ACT. TOTAL	
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$	46,29%

Nota: Margen de Utilidad sobre Activos Totales. Refleja que por cada inversión que se realice en activos la clínica veterinaria obtendrá un porcentaje de utilidad operacional, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Este resultado refleja que por cada USD \$ 100,00 invertido en activos la clínica veterinaria obtendría de utilidad operacional USD \$ 46,29 en el año 2015.

5.3.2 Estudio Económico

5.3.2.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La Tasa mínima aceptable de rendimiento que el inversionista estaría dispuesto a recibir por arriesgarse a colocar en un proyecto dado su dinero. Para el presente método de evaluación se determinara de la siguiente manera:

Tabla.-32 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Tasa de descuento	Porcentaje
Tasa de Inflación	3,98%
Riesgo País	5,46%
Ganancia requerida *	5,07%
Total	14,51%

* Equivale a la tasa pasiva referencial establecida por el Banco Central del Ecuador a noviembre de 2014

Nota: TMAR. Se determina cuáles son los valores que influyen al cálculo de la TMAR, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

5.3.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto significa traer a valores presentes los flujos de caja futuros aplicándoles una tasa de descuento.

Si el VAN es mayor o igual que cero, se acepta la inversión.

Si el VAN es menor que cero, se rechaza la inversión.

Para calcular el VAN se aplicará la siguiente fórmula:

Tabla.-33 Valor Actual Neto (VAN)

a. Cálculo del Valor Actual de cada flujo

$$VP = \frac{VF}{(1+i)^n}$$

i = 14,51%

	0	1	2	3	4	5	6
	m ₀	m ₁	m ₂	m ₃	m ₄	m ₅	m ₆
Flujo de efectivo	-16.426	10.275	15.139	15.350	15.601	15.911	
Valor Presente	-16.426	8.973	11.546	10.223	9.074	8.081	0
Valor del activo:	47.897,00						
Costo del activo:	-16.426						
Valor Actual Neto	31.471						

Nota: VAN. Se determina cuáles son los valores que influyen al cálculo del VAN, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

El VAN para el inversionista es positivo y mayor que cero, lo que significa que el inversionista recupera su inversión y acumula 31.471 dólares adicionales.

5.3.2.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por el hecho de haber decidido invertir en alguna actividad.

La tasa interna de retorno es la que al ser utilizada para descontar los flujos netos futuros da como resultado un VAN igual a cero.

Para determinar si una inversión es rentable o no, se debe considerar también el costo de oportunidad; así, si la TIR es $>$ que el costo de oportunidad, entonces la inversión es rentable porque se recupera lo que se invierte y además se gana algo adicional, pero si la TIR es $<$ que el costo de oportunidad, entonces, se diría que la inversión no es rentable, pues no se recupera lo que se invierte por lo tanto no es aconsejable realizar dicha inversión.

Si la TIR es igual al costo de oportunidad, se recupera la inversión, pero es el inversionista en este caso el que debe decidir invertir o no.

Tabla.-34 Tasa Interna de Retorno (TIR)

$i =$ 14,51%		0	1	2	3	4	5
		m_0	m_1	m_2	m_3	m_4	m_5
Flujo de efectivo		-16.426	10.275	15.139	15.350	15.601	15.911
VA		47.897					
VAN		31.471					
TIR		74,45%					

Nota: TIR. Se determina cuáles son los valores que influyen al cálculo de la TIR, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

La TIR para el inversionista es positiva y mayor que el costo de oportunidad, pues la TIR es de 74,45% y el costo de oportunidad es de 14.51%, lo que indica que el proyecto es rentable.

5.4 EVALUACION SOCIAL Y AMBIENTAL

5.4.1 Impacto social

La Fundación GORA tiene como objetivo el rescate de perros y gatos para lo cual nosotros estamos elaborando el Estudio de Factibilidad para la Creación de la Clínica Veterinaria en la misma y por medio de esto mitigar el problema que hay sobre perros abandonados en la calle traen los siguiente problema.

Enfermedades que transmiten los perros callejeros a las personas

Los perros pueden contagiar algunas enfermedades a los humanos, por lo que hay que conocerlas y tomar precauciones al respecto.

- La babeasis.- transmitida a través de la garrapata del género Dermacentor. Cuando ataca al hombre produce postración, fiebre, anemia hemolítica, hemoglobinuria (hemoglobina en la orina), ictericia, esplenomegalia (aumento de tamaño del hígado y el bazo) y artralgia (Dolor articular).
- La dermatofitosis.-Son producida por hongos en perros. En los canes afecta la piel, los pelos y las uñas. Pero en las personas el efecto puede ser más devastador: molestia abdominal, náuseas, vómitos y diarrea, pérdida del apetito y de peso, entumecimiento y hormigueo de las extremidades y hasta confusión o demencia.
- La sarna demodécica.-Es producida por un ácaro. En el hombre se manifiesta con dermatitis pustulosa, úlceras y necrosis, ganglios tumefactos que puede afectar a todo el cuerpo.

5.4.2 Impacto ambiental

Cualquier establecimiento veterinario, por pequeño que sea, debido a las actividades que desarrolla, genera una serie de residuos sanitarios cuya eliminación está regulada por normativas de índole medioambiental. Se reafirma en su compromiso de respeto con el medioambiente tratando de minimizar el impacto que el desarrollo de su actividad pueda provocar.

Los objetos punzantes y cortantes, los medicamentos caducados, los restos de tejidos, los envases de medicamentos, etc. constituyen un conjunto de residuos que deben ser entregados a gestores autorizados para su correcta eliminación. Desempeñar las funciones asistenciales correctamente incluye una responsable actitud respecto a estas y otras obligaciones que deben ser consideradas como necesarias, al margen de que sean obligatorias. Intentar consumir de forma responsable el agua o la energía necesaria para el funcionamiento del centro

veterinario, además de ser una muestra desensibilizada medioambiental, constituye también una medida de ahorro, con la correspondiente mejora de los resultados de la empresa.

Como veterinaria nos acogemos a las leyes Registro Oficial del Reglamento de “Manejo de Desechos Sólidos en los establecimientos de salud de la República del Ecuador”.

CAPÍTULO I DEL AMBIENTE DE APLICACIÓN

Art. 1. Son objetos de aplicación del presente Reglamento los Establecimientos de Salud de todo el país: hospitales, clínicas, centros de salud, policlínicos, consultorios, laboratorios clínicos y de patología, locales que trabajan con radiaciones ionizantes y clínicas veterinarias.

CAPÍTULO III DE LA CLASIFICACION DE LOS DESECHOS

Art. 10. Para efectos del presente reglamento los desechos producidos en los establecimientos de salud se clasifican:

- Desechos generales o comunes.
- Desechos infecciosos.
- Desechos especiales.

Desechos generales. Son aquellos que no representan un riesgo adicional para la salud humana, animal o el medio ambiente y que no requieren de un manejo especial. Ejemplo: cartón, plástico, desechos de alimentos, etc.

Desechos infecciosos. Son aquellos que tienen gérmenes patógenos que implican un riesgo inmediato o potencial para la salud humana y que no han recibido un tratamiento previo antes de ser eliminados, incluyen:

- Cultivos de agentes infecciosos y desechos de producción biológica, vacunas vencidas o inutilizables, cajas de Petri, placas de frotis y todos los instrumentos usados para manipular, mezclar o inocular microorganismos.
- Desechos anatómo – patológicos humanos: órganos, tejidos, partes corporales que han sido extraídos mediante cirugía, autopsia u otro procedimiento médico.
- Sangre y derivados: sangre de pacientes, suero, plasma u otros componentes, insumos usados para administrar sangre, para tomar muestras de laboratorios y pintas de sangre que no han sido utilizadas.
- Objetos cortopunzantes que han sido usados en el cuidado de seres humanos o animales, en la investigación o en laboratorios farmacológicos, tales como hojas de bisturí, hojas de afeitar, catéteres con aguja, agujas hipodérmicas, agujas de sutura, pipetas de Pasteur y otros objetos de vidrio y cortopunzantes desechados, que han estado en contacto con agentes infecciosos o que se han roto.
- Desechos de salas de aislamiento, desechos biológicos y materiales descartables contaminados con sangre, exudados, secreciones de personas que fueron aisladas para proteger a otras de enfermedades infectocontagiosas y residuos de alimentos, provenientes de pacientes en aislamiento.
- Desechos de animales: cadáveres o partes de cuerpo de animales contaminados, o que se han estado expuestos a agentes infecciosos en laboratorios de experimentación de productos biológicos y farmacéuticos, y en clínicas veterinarias.

Desechos especiales. Generados en los servicios auxiliares de diagnóstico y tratamiento, que por sus características físicas químicas, representan un riesgo o peligro potencial para los seres humanos, animales o medio ambiente y son los siguientes:

- Desechos químicos peligrosos: sustancias o peligros químicos con características tóxicas, corrosivas, inflamables y/o explosivas.

- Desechos radiactivos: aquellos que contienen uno o varios núclidos que emiten espontáneamente partículas o radiación electromagnética, o que se fusionan espontáneamente. Proviene de laboratorios de análisis químico, servicios de medicina nuclear y radiología.
- Desechos farmacéuticos: medicamentos caducados, residuos, drogas citostáticas (mutagénicas, teratogénicas), etc.

5.4.3 Remediación Ambiental

Tabla.-35 Plan de Manejo Ambiental Medida 1

Objetivo General:
El objetivo es proporcionar las medidas para prevenir, mitigar, controlar, corregir y compensar los impactos ambientales generados.
MEDIDA N° 1 Manejo de desechos sólidos comunes. (No Peligrosos) Impacto Relacionado: Calidad del aire, suelo Tipo de Medida: Prevención
Objetivo: Evitar que los residuos sólidos contaminen suelo y aire

Nota: Plan de Manejo Ambiental. Se determina los objetivos y las medidas para el manejo responsable de desechos sólidos, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014

Describir la medida:

Durante la limpieza de la clínica, al momento de recoger los residuos de los consultorios, que disponen de recipientes con la funda de color negro para los residuos comunes. La basura común debe ser trasladada hasta el área de acumulación detrás de la clínica, debe ser tapada para evitar la proliferación de insectos.

El lugar de recolección está con puerta tipo malla para que circule ventilación en el área y evitar el ingreso de animales domésticos.

La frecuencia y recolección de los desechos sólidos por parte del municipio en el sector es todos los días en, por el empleado se encargara de botar la basura.

La recolección de los desechos infecciosos se realizará en horarios distintos al de recolección de desechos infecciosos, los contenedores de recolección de los mismos residuos no serán los mismos que transporten los residuos infecciosos

Resultados esperados: Manejo técnico de residuos sólidos

Responsable de la ejecución de la medida: Empleado de limpieza

Tabla.-36 Plan de Manejo Ambiental Medida 2

MEDIDA N° 2 :Manejo de Desechos infecciosos y clínicos
Impacto Relacionado: Generación de residuos infecciosos
Tipo de Medida: Prevención, Mitigación
Objetivo: Evitar la contaminación por desechos infecciosos

Nota: Plan de Manejo Ambiental. Se determina los objetivos y las medidas para el manejo responsable de desechos sólidos, por Y. Aguilar & A. Trujillo, 2014.

Describir la medida:

Los desechos generados por la clínica se clasifican en desechos comunes, desechos infecciosos y desechos especiales; entre los desechos especiales tenemos desechos farmacéuticos y desechos químicos peligrosos utilizados en el laboratorio.

El modo de manejar estos desechos será mediante separación en la fuente, para lo cual esta actividad deberá ser realizada por el personal de cada área específica de la clínica. Esto se debe gestionar mediante la preparación del personal sobre el procedimiento que debe seguir.

En cada área específica deben colocarse los recipientes para colocar los objetos cortopunzantes, con sus respectivas tapas herméticas. Los recipientes de cortopunzantes deben ser de plástico rígido y la abertura del recipiente debe impedir el ingreso de la mano, tal como lo menciona el artículo 21 del Reglamento para el Manejo de Desechos Infecciosos. Todos los desechos peligrosos deben etiquetarse en sus respectivos recipientes

Los desechos generados diariamente son recolectados en pequeños recipientes plásticos de cada una de las áreas: Recipientes plásticos para los desechos infecciosos con la respectiva funda plástica roja en su interior; recipientes plásticos pequeños para los desechos anatomopatológicos, todos los recipientes serán debidamente etiquetados. Al término de la jornada médica, los desechos separadamente recolectados serán llevados al sitio de almacenamiento temporal de los desechos hospitalarios ubicado en la parte posterior del de la clínica.

- Los residuos patológicos deben segregarse en bolsas rojas.
- Los corto-punzantes (en general agujas) deben disponerse en envases rígidos (para evitar su perforación) y luego en bolsas rojas.
- Las bolsas rojas deben ser transportadas y tratadas por Transportistas y Operadores habilitados.
- Para el transporte y movilización de desechos industriales, hospitalarios y peligrosos, será requisito indispensable el permiso ambiental expedido por la DMMA.

Resultados esperados: eliminación de residuos peligrosos.

Responsable de la ejecución de la medida: administración clínica

CONCLUSIONES

- Actualmente existe altos índices de maltrato, abandono y mortalidad, no hay una gran cultura de tenencia responsable de mascotas lo que provoca malestar en los animales y en la sociedad.
- En el barrio la Kennedy existe una gran demanda para la creación de una clínica veterinaria ya que solo cuentan con una veterinaria y centros de venta de accesorios y comida para animales.
- Por lo general, todos los servicios propuestos tienen buena acogida, debido a que muchas personas consideran a sus animales como si fueran parte de la familia, así que requieren de servicios de calidad y que satisfagan sus necesidades.
- La clínica veterinaria contará con precios accesibles al público en general lo que generará que exista una gran concurrencia.
- Los ingresos de la clínica veterinaria serán destinados una parte al pago del personal y otra para el bienestar y el cubrimiento de las necesidades de los animalitos que se encuentran en el albergue de la Fundación.
- De los análisis realizados para verificar la factibilidad de la creación de la clínica veterinaria los resultados mostraron que dicha clínica generará ingresos suficientes para mejorar la calidad de vida de los animalitos del albergue y poder seguir ayudando a más perros y gatos abandonados.
- Al proponer como promoción la identificación de las mascotas se logrará que animales extraviados puedan ser reconocidos y entregados a sus dueños y evitar de esta manera que sean sacrificados o sufran en abandono.

- La clínica veterinaria generará una rentabilidad aceptable que atraerá a inversionistas y donadores con lo cual se podrá reinvertir para seguir mejorando y ampliando su campo de acción.

RECOMENDACIONES

- Es importante realizar una buena publicidad para dar a conocer los servicios que brinda la clínica veterinaria y el destino que se dará a los ingresos que se reciban.
- Se recomienda invertir en este proyecto, porque la creación de la clínica veterinaria es en beneficio de la Fundación GORA, la cual requiere recursos para seguir ayudando a animalitos abandonados en las calles.

LISTA DE REFERENCIAS

Normas APA, obtenido de http://www4.ujaen.es/~emilioml/doctorado/guia_rapida_de_citas_apa.pdf

Thompson Strickland, 2001, *Administración Estratégica, Conceptos y Casos*, México

PAE (Protección Animal Ecuador), obtenido de <http://www.pae.ec>

ARCA (Fundación Protección Animal ARCA), obtenido de <http://www.fundacionarca.com>

Fundación Brigitte Bardot, obtenido de <http://www.fondationbrigittebardot.fr>

Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, decreto 374, año 2010

Acuerdo Ministerial No. 008 del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de la Fundación GORA.

Alicia Castillo Holley *Creando Empresas*, Segunda Edición 2008

Baca Urbina, Gabriel. 1995. *Evaluación de Proyectos*. McGraw – Hill. Cuarta Edición. México.

Fundación GORA, Obtenido de <http://www.goraecuador.com/>

Molis, Ricardo. 2008. Desempeño, Visión y Estrategia (DVE) para servicios veterinarios nacionales. Segunda Edición. Costa Rica.

Lee, David. 2006. Clínica Veterinarias de Norteamérica – Medicina de pequeños animales. Volumen 36. Número 2.

Cante, Freddy. 2007. Poder Social – Facultades de Ciencias Política y Gobierno de Relaciones Internacionales. Centro de Estudios Políticos e Internacionales – CEPI. Bogotá

Vodanovic H., Tratado de Derecho Civil: Partes Preliminar y General, I TOMO, edición 1988, Pág. 536.

Mendiguren, De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria Concepto y nociones afines, 2008, Pág 8-9.

Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, 2006, Pag. 7 , 8,14, 17, 48, 51,53, 57, 59, 60, 92, 104, 107, 110, 117.

Churchill, Gilbert A, Investigación de Mercados, Cuarta Edición, México, Pág. 7, 104, 105.

Malhortra, Naresh. K., Investigación de Mercados, Segunda Edición, México Pág. 86, 359,

Namak Foroosh Metodología de la investigación, segunda edición, Limusa Noriega editores, Páginas de información 185,186.

Kotler Philip y Armstrong Gary, Fundamentos de marketing, Octava edición, p 5, 12, 301, México, 2008.

Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Fundamentos de Marketing, decimocuarta edición, p 272, 293, 301, 313-314-315, México, 2007.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Estudio de mercado

Como este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de precios y estudio de comercialización. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, 2006, Pag. 7)

Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que en el que ofrecen los productos de mercados.

Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, 2006, Pag. 14)

Mercado

Se entiende por mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, 2006, Pag. 14)

Investigación de mercado

La investigación de mercados es la función que vincula al consumidor, cliente y público con el mercadologo a través de la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercadotecnia; generar, mejorar y evaluar acciones de mercadotecnia; vigilar los resultados de la mercadotecnia y mejorar su comprensión como proceso (Churchill, Gilbert A, Investigación de Mercados, Cuarta Edición, México, Pág. 7)

Diseño de la investigación

Es una estructura o plano para conducir un proyecto de investigación de mercados. Detalla los procedimientos necesarios para obtener la información que se requiere a fin de o resolver un problema. (Malhortra, Naresh. K., Investigación de Mercados, Segunda Edición, México Pág. 86)

Investigación explicativa

Diseño de investigación que hace hincapié en obtener ideas y percepciones; resulta particularmente útil para dividir una declaración de problema amplia y vaga en declaraciones de subproblemas más precisas y pequeñas. (Churchill, Gilbert A, Investigación de Mercados, Cuarta Edición, México, Pág. 104)

Investigación descriptiva

Diseño de investigación que se enfoca en determinar la frecuencia con que ocurre algo o la magnitud de la covarianza de dos variables (Churchill, Gilbert A, Investigación de Mercados, Cuarta Edición, México, Pág. 104)

Hipótesis

Afirmación que especifica cómo se relacionan dos o más variables mensurales. (Churchill, Gilbert A, Investigación de Mercados, Cuarta Edición, México, Pág. 105)

Población

Es un conjunto de todos los elementos que comparten algún grupo de características comunes y forman el universo para el propósito del problema de investigación de mercados. (Malhortra, Naresh. K., Investigación de Mercados, Segunda Edición, México Pág. 359)

Muestra

Subgrupo de la población que se selecciona para participar en el estudio. (Malhortra, Naresh. K., Investigación de Mercados, Segunda Edición, México Pág. 359)

Tipo de muestreo

Los tipos de muestreo se dividen en dos tipos generales, el muestreo probabilístico y el muestreo determinístico.

- Muestreo Probabilístico

Es el muestreo en el cual todos los elementos de la población tienen la posibilidad de ser seleccionados, suele ser más objetivo que el determinístico, pero también más costoso, requiere más tiempo y es más difícil de aplicar. La principal ventaja es que se puede estimar el valor muestral o grado de precisión asociado con los datos recopilados

- Muestreo Determinístico

Por lo general el muestreo determinístico implica un juicio personal algunas veces del investigador y en otras el del recopilador de datos, es recomendable utilizarlo solamente en el proceso de estudio exploratorio que trata de definir el cambio de la investigación.

- Muestreo no Probabilístico

Se recurre al muestreo no probabilístico cuando el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso, aun siendo conscientes de que no sirve para realizar generalizaciones y no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos

- Muestreo de Conveniencia

Es el tipo de muestreo que pretende seleccionar unidades de análisis que cumplen los requisitos de la población objeto de estudio, sin embargo, no son seleccionadas al azar. Se utiliza preferentemente en estudios exploratorios. Las pruebas piloto, también usan con frecuencia este tipo de muestreo (Namak Foroosh Metodología de la investigación, segunda edición, Limusa Noriega editores, Páginas de información 185,186,)

Datos secundarios

Datos estadísticos no recómpalos para el estudio que se trata sino con otro propósito.

(Churchill, Gilbert A, Investigación de Mercados, Cuarta Edición, México, Pág. 105)

Datos primarios

Información recopilada específicamente para la investigación de mercados que se trata.
(Churchill, Gilbert A, Investigación de Mercados, Cuarta Edición, México, Pág. 105)

Demanda

Se entiende como demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, 2006, Pag. 17)

Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que en cierto número de oferentes (Productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, 2006, Pag. 48)

Demanda Insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre el cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se realizó el cálculo. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, México, 2006, Pag. 51)

Concepto de Marketing

Muchas personas piensan que el marketing es sólo vender y anunciar. Y es natural: todos los días nos bombardean comerciales de televisión, anuncios de periódicos, campañas de correo directo, visitas de vendedores y anuncios por internet. Sin embargo, la venta y la publicidad son sólo la punta del iceberg del marketing.

Hoy en día es preciso entender el marketing no es el sentido antiguo de lograr una venta “hablar y vender” sino en el nuevo sentido de satisfacer las necesidades del cliente. Si el mercadólogo entiende bien las necesidades de los consumidores, desarrolla productos que ofrecen mayor valor, les asigna precios apropiados, y los distribuye y promueve de manera eficaz, esos productos se venderán muy fácilmente. Por lo tanto, la venta y la publicidad son sólo una parte de una gran “mezcla de marketing”: un conjunto de herramientas de marketing que trabajan juntas para satisfacer las necesidades del cliente y crear relaciones con el cliente.

En términos generales, marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros grupos e individuos. En un contexto de negocios más limitado, marketing implica el establecimiento de un intercambio redituable de relaciones de alto valor con los clientes. Por lo tanto, definimos marketing como un proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes (Kotler Philip y Armstrong Gary, Fundamentos de marketing, Octava edición, p 5, México, 2008).

Marketing social

El concepto de marketing social cuestiona si el concepto de marketing puro toma en cuenta posibles conflictos entre los deseos a corto plazo del consumidor y su bienestar a largo plazo. ¿La compañía que satisface las necesidades y los deseos inmediatos de sus mercados meta siempre hace lo mejor para los consumidores a largo plazo? El concepto de marketing social sostiene que la estrategia de marketing debe entregar valor a los clientes de tal forma que se mantenga o mejore el bienestar tanto de los consumidores como de la sociedad. (Kotler Philip y Armstrong Gary, Fundamentos de marketing, Octava edición, p 12, México, 2008).

Servicio

Los servicios son actividades identificable e intangible que son el objeto principal de una transacción diseñada para brindar a los clientes satisfacción de deseo o necesidades. .)

(Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Fundamentos de Marketing, decimocuarta edición, p 301, México, 2007).

Calidad

La calidad del producto es define como el conjunto de características de un bien o servicio que determinan su capacidad de satisfacer necesidades. (Ross Johnson William O. Winchell, Marketing and Quality Control. American Society for Quality Control, Milwaukee, 1989, p 2.) (Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Fundamentos de Marketing, decimocuarta edición, p 293, México, 2007).

Marca

Una marca es un nombre o símbolo con el que se trata de identificar el producto de un vendedor o grupo de vendedores y de diferenciarlo de os productos competidores (Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Fundamentos de Marketing, decimocuarta edición, p 272, México, 2007).

Precios

Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 53, México, 2006)

Distribución

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esta trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio e información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. Existen dos tipos de productores claramente diferenciados; los de consumo en masa y los de consumo industrial. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 57, México, 2006)

Canales para productor de consumo popular

- **Productores-consumidores:** este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos; también incluye las ventas por correo. Aunque por esta vía el producto cueste menos al consumidor, no todos los fabricantes practican esta modalidad no todos los consumidores están dispuestos a ir directamente a hacer la compra.
- **Productores-minoristas-consumidores:** es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.
- **Productor-mayorista-minorista-consumidor:** el mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados; este tipo de canal se da en las ventas de medicina, ferretería, madera, etc.
- **Productor-agente-mayoristas-minoristas-consumidores:** aunque es el canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen. De hecho, el agente en sitios tan lejanos lo entrega en forma similar al canal y en realidad queda reservado para casi los mismos productos, pero entregado en zonas muy lejanas. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 59, México, 2006)

Canales para productos industriales

- **Productor-usuario industrial:** es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere atención personal al consumidor.
- **Productor-distribuidor industrial-usuario industrial:** el distribuidor es el equivalente al mayorista. La fuerza de ventas de ese canal reside en que el productor tenga contacto con muchos distribuidores. El canal se usa para vender productos no muy especializados, pero sólo de uso industrial.
- **Productor-agente-distribuidor-usuario industrial:** es la misma situación del canal de consumo popular, es decir, se usa para realizar ventas en lugares, muy alejados. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 60, México, 2006)

Promoción

En el marketing de servicios se emplean varios tipos e promoción, tanto en las organizaciones lucrativas como en las no lucrativas. En realidad, la promoción es la parte de la mezcla de marketing con la que los mercadólogos de servicios están más familiarizados y de la que tienen mayor conocimiento. Los tipos de promociones son:

- Ventas personales: contacto cara a cara entre el comprador y el vendedor , por lo que es importante que empleado de servicio esté capacitado en relaciones con el cliente, así como que pueda generar un servicio de calidad.
- Publicidad:
- Otros métodos de promoción:

(Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Fundamentos de Marketing, decimocuarta edición, p 313-314-315, México, 2007).

Estudio Técnico

Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 8, México, 2006)

Objetivos del estudio técnico

Los objetivos del análisis técnico – operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción.

En resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo e un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 92, México, 2006)

Determinación del tamaño del proyecto

El tamaño óptimo del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 92, México, 2006)

Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta

En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuales se puede escoger se reducen a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 104, México, 2006)

Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 107, México, 2006).

Ingeniería del proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta

definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 110, México, 2006)

Distribución de la planta

Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:

1. Integración total: consiste en integrar en lo posible todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa de cada factor.
2. Mínima distancia el recorrido: al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el mejor flujo.
3. Utilización del espacio cúbico: aunque el espacio es de tres dimensiones, pocas veces se piensa en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.
4. Seguridad y bienestar para el trabajador: éste debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.
5. Flexibilidad: se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de proceso de la manera más económica, si fuera necesario. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, quinta edición, p 117, México, 2006)

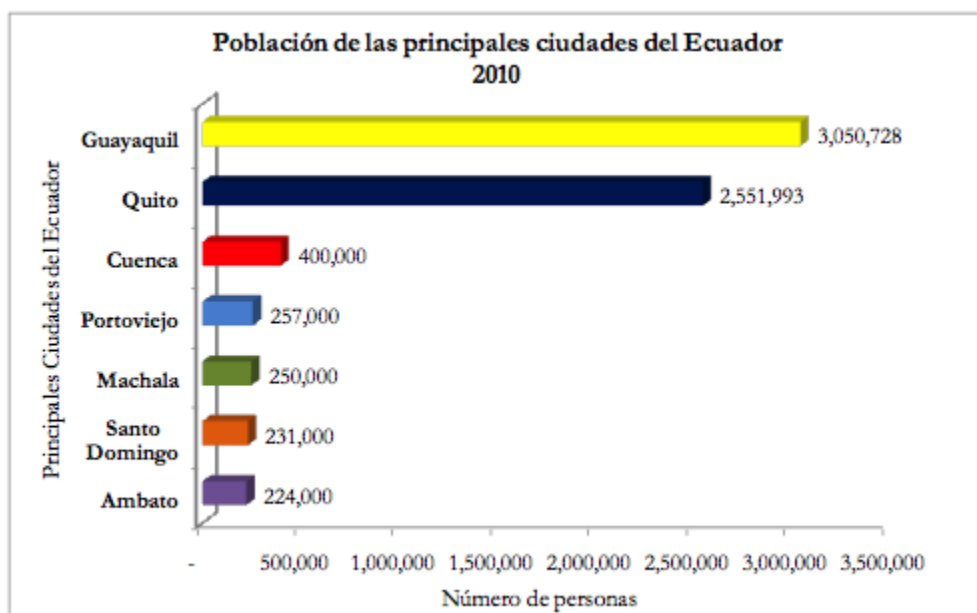
ANEXOS

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA



Elaborado por: ENEMDU

POBLACIÓN DE LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL ECUADOR



Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC).

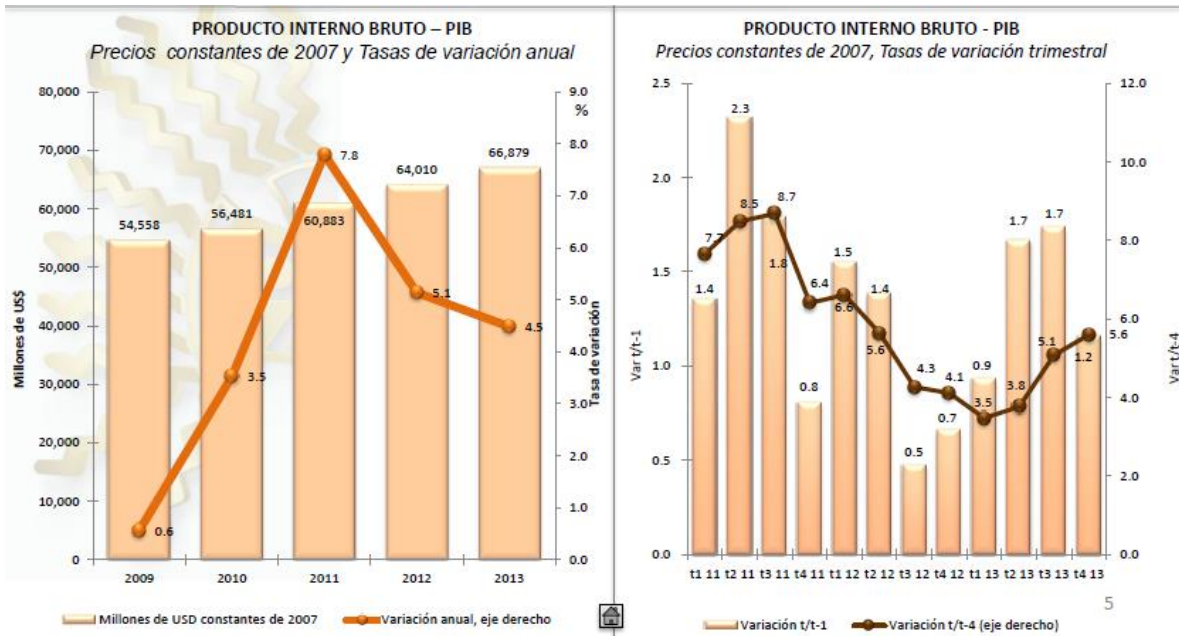
Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones / PRO ECUADOR

ESTADO CONYUGAL DE LA POBLACIÓN

Estado conyugal de la población - Participación porcentual			
Estado Conyugal	1990	2001	2010
Unido	14,5%	17,7%	20,4%
Soltero	41,1%	38,3%	36,5%
Casado	38,7%	35,9%	32,5%
Divorciado	0,8%	1,4%	1,9%
Viudo	3,3%	3,8%	3,8%
Separado	1,6%	2,9%	4,9%

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, 2001, 1990

PRODUCTO INTERNO BRUTO



Elaborado por: BCE

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Años	Población Quito	Población Barrio la Kennedy	Número de Hogares	85%	95%	5%	26%	21%	32%	16%	Demanda por # de visitas al año	Demanda por # de visitas al mes	Demanda por # de visitas diario					
				Va al Veterinario (*)	Nueva Clínica Veterinaria (**)	Semanal (***)	veces a la semana	Mensual (***)	veces mensuales	Bimensual (***)				veces bimensuales	Semestral (***)	veces semestrales	Anual (***)	veces al año
2015	2.551.721	3.727	1.098	933	887	44	2.128	231	2.766	186	1.117	284	567	142	142	6.720	560	25
2016	2.597.989	3.795	1.118	950	903	45	2.166	235	2.816	190	1.137	289	578	144	144	6.842	570	26
2017	2.644.145	3.862	1.138	967	919	46	2.205	239	2.866	193	1.158	294	588	147	147	6.963	580	26
2018	2.690.150	3.929	1.157	984	935	47	2.243	243	2.916	196	1.178	299	598	150	150	7.085	590	27
2019	2.735.987	3.996	1.177	1001	951	48	2.281	247	2.966	200	1.198	304	608	152	152	7.205	600	27

(*) Referente pregunta 3 Utiliza algún tipo de servicio veterinario

(**) Referente pregunta 1 Si la Fundación Gora crearía una clínica veterinaria asistiría usted con sus mascotas

(***) Referente pregunta 4 Con qué frecuencia lleva a su mascota a la clínica veterinaria

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS

Cantidad	Activo fijo	Valor unitario	Total	Vida útil	Depreciación 2015	Depreciación 2016	Depreciación 2017	Depreciación 2018	Depreciación 2019
Equipo de cómputo									
2	Computador	900	1800	5	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
1	Impresora	500	500	5	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Subtotal equipo de cómputo					460,00	460,00	460,00	460,00	460,00
Muebles y enseres									
2	Escritorio	175	350	10	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
4	Sillas	48	192	10	19,20	19,20	19,20	19,20	19,20
1	Juego de sillas de espera	150	150	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
1	Archivador	140	140	10	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00

Cantidad	Activo fijo	Valor unitario	Total	Vida útil	Depreciación 2015	Depreciación 2016	Depreciación 2017	Depreciación 2018	Depreciación 2019
9	Muebles grandes separadores	100	900	10	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
4	Muebles pequeños separadores	50	200	10	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
1	Mesa de cirugía	800	800	10	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
1	Mesa de consulta	600	600	10	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
5	Jaulas de hospitalización	150	750	10	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
1	Anaqueles para medicamentos	270	270	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Subtotal muebles y enseres					435,20	435,20	435,20	435,20	435,20
Equipos médicos y de laboratorio									
1	Porta sueros	66	66	10	6,60	6,60	6,60	6,60	6,60
1	Esterilizador	60	60	10	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
1	Balanza	100	100	10	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
1	Cubre objetos	15	15	10	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
2	Ganchos separadores de Farabeuf	33	66	10	6,60	6,60	6,60	6,60	6,60
1	Estetoscopio	87	87	10	8,70	8,70	8,70	8,70	8,70
2	Hemóstato de Carmalt curvo	15	30	10	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
4	Hemóstato de Kelly curvo	20	80	10	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
1	Linterna eléctrica	20	20	10	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00

Cantidad	Activo fijo	Valor unitario	Total	Vida útil	Depreciación 2015	Depreciación 2016	Depreciación 2017	Depreciación 2018	Depreciación 2019
1	Mango de bisturí	13	13	10	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
2	Manómetros	43	86	10	8,60	8,60	8,60	8,60	8,60
3	Balón Ambu	47	141	10	14,10	14,10	14,10	14,10	14,10
1	Termómetro	10	10	10	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
3	Bombona de oxígeno	100	300	10	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
10	Catéteres intravenosos	50	500	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
10	Jeringas 50 ml para lavado gástrico	55	550	10	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
1	Langaringoscopio	150	150	10	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
1	Multiparámetros	1100	1100	10	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
1	Máquina anestesia inhalación	1500	1500	10	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Subtotal Equipos médicos y de laboratorio					487,40	487,40	487,40	487,40	487,40
Total Depreciación					1.382,60	1.382,60	1.382,60	1.382,60	1.382,60

