



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



[Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0)

Esta licencia permite que otros distribuyan, mezclen, adapten y construyan sobre su trabajo, incluso comercialmente, siempre que le reconozcan la creación original. Esta es la licencia más complaciente que se ofrece. Recomendado para la máxima difusión y uso de materiales con licencia.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
"Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia"
EVALUACION DE ORIGINALIDAD

✓iThenticat

CONSTANCIA DE REVISIÓN

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud a la Tesis cuyo título es:

IMPLEMENTACIÓN UNA CLÍNICA VETERINARIA EN CHINCHA

presentado por:

ESPINOZA TRINIDAD JUAN LUIS

Estudiante del nivel **PREGRADO** de la Facultad de **MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA**. El resultado obtenido es 18% por el cual se otorga el calificativo de: **APROBADO**, según Reglamento de Evaluación de la Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones: Ninguna

Ica, 18 de noviembre de 2021

.....
MARÍA EMILIA DÁVALOS ALMEYDA
DIRECTOR DE UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

UNIVERSIDAD SAN LUIS GONZAGA DE ICA

Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia



TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN UNA CLÍNICA
VETERINARIA EN CHINCHA**

AUTOR:

Juan Luis Espinoza Trinidad

FACULTAD:

Medicina Veterinaria Y Zootecnia

2021

Dedicatoria

Este trabajo lo dedicado principalmente a Dios sobre todas las cosas, a mis familiares por el gran apoyo que me dan y la confianza que han depositado en mis estudios de lo cual pronto daré satisfacciones.

RESUMEN

La tiene como objetivo proponer un plan de negocio para la implementar la Clínica Veterinaria Luren. La clínica veterinaria estudiada será una empresa de orden familiar que brindara servicios completos de atenciones de medicina y peluquería canina, que es conocida como groo Ming. Después de un análisis se encontraran recursos para la empresa que no siempre son bien aprovechados de forma correcta y mediante el planeamiento con una visión, misión, objetivos y la utilizando conocimientos y herramientas que generan y priorizan estrategias lo cual permite dar propuestas de plan que corregiría los negocios actuales.

INTRODUCCION

Desde tiempos remotos, el hombre tuvo una adecuada relación de subsistencia con el animal, ya como parte de su comida o como parte de su acompañamiento para cazar o de forma cotidiana. De acuerdo que la actividad humana se ha diversificado, también se ha mejorado la relación con el animal, sobre todo mascotas. El servicio ofrecido en estos ámbitos se refiere de forma más importante al asegurar la calidad de la productividad y detectar tempranamente la enfermedad infecto contagiosas o hereditarias que afectan las mascotas. Actualmente se puede ver las marcadas tendencias de la empresa a contratar los servicios en forma permanente e incluirlo en el de control de calidad o por otro lado, de hacerlo de forma externa a un laboratorio o una universidad de reconocida trayectoria nacional, esto se debe debido a estar homologados a un estándar de calidad de la producción en el País con el mercado de Europa y USA.

INDICE

| | |
|--|----|
| CAPITULO I | 1 |
| GENERALIZACIÓN | 1 |
| 1.1 Características generales | 1 |
| 1.2 Nombre de la idea de negocio | 1 |
| 1.3 Visión misión valores | 2 |
| Visión | 2 |
| Misión | 2 |
| Valores | 2 |
| 1.4 Objetivos | 3 |
| 1.4.1 Objetivo general | 3 |
| 1.4.2 Objetivos específicos | 3 |
| 1.5 Justificación | 4 |
| CAPITULO II | 5 |
| LA IMPLEMENTACIÓN | 5 |
| 2.1 Pasos para crear una Clínica: | 5 |
| 2.1.1 Deber también llevar: | 6 |
| CAPITULO III | 7 |
| MARCO TEÓRICO | 7 |
| 3.1 Clínica veterinaria | 7 |
| 3.2 Logística | 7 |
| 3.3 Tercerización | 8 |
| 3.4 Equipamiento | 8 |
| 3.5 Equipamiento mínimo | 8 |
| 3.6 Servicios de urgencia | 8 |
| 3.7 Distribución de las instalaciones | 9 |
| 3.8 Análisis del entorno Análisis Situación Externa Rivalidad Entre Competidores. | 11 |
| 3.9 Análisis Estratégico de Mercado | 11 |
| 3.10 Análisis norma ISO de procesos | 12 |
| 3.11 Análisis FODA | 13 |
| Debilidades | 13 |
| Oportunidades | 13 |
| Fortalezas | 13 |
| Amenazas | 13 |
| 3.4 Marco legal | 14 |

| | |
|--|-------------------------------|
| 3.4.1 Estudio Logístico..... | 14 |
| 3.4.2 Comprar lote y construir | 14 |
| 3.4.3 Compra inmueble | 14 |
| 3.4.4 Impacto social y responsabilidad social empresarial | 14 |
| 3.4.5 Cualificación constante del personal | 15 |
| Diagramas de procesos | 15 |
| 3.5.1 Antecedentes..... | 16 |
| 3.5.2 Animales menores..... | 16 |
| 3.5.3 Mercado de mascotas..... | 17 |
| 3.7 Conceptos fundamentales del sector..... | 17 |
| 3.8 Servicios para mascotas | 18 |
| 3.8.1 Sector veterinario | 18 |
| 3.8.2 Grooming | 18 |
| 3.8.3 Groomer..... | 18 |
| 3.9 Productos | ¡Error! Marcador no definido. |
| 3.10 Las consultas | ¡Error! Marcador no definido. |
| 3.11 Plan de marketing..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| 3.11.1 Plan de marketing estratégico | 19 |
| 3.11.2 Analisis de marketing | 20 |
| 3.12 Planeamiento estratégico | 20 |
| 3.13 Ciclo de vida del producto | ¡Error! Marcador no definido. |
| CAPITULO IV | 21 |
| EL MERCADO | 21 |
| 4.1 Expansión de mercado..... | 21 |
| 4.2 Tendencias a futuro..... | ¡Error! Marcador no definido. |
| 4.3 Posicionamiento de los productos Grooming (baño y corte de pelo). .. | ¡Error! Marcador no definido. |
| CAPITULO V | 21 |
| ANÁLISIS FINANCIERO | 21 |
| 5.1 Horizonte de evaluación..... | 21 |
| 5.1.2 Inversión..... | 22 |
| 5.1.3 Estado de ganancias y pérdidas..... | 22 |
| 5.1.4 Inversión en capital de trabajo | 22 |
| 5.1.5 Flujo de caja económico..... | 23 |
| 5.1.6 Inversión en capital de trabajo..... | 23 |
| 5.1.7 Flujo de caja económico..... | 23 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 5.1.8 Financiamiento..... | 23 |
| 5.1.9 Proyecciones financieras..... | 24 |
| CONCLUSIONES | 25 |
| -BIBLIOGRAFÍA | 26 |

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1 Características generales

Implementar una clínica veterinaria cuyo objetivo principal es muy diferente a los consultorios y veterinarias que se ubican en la de Chincha, generando beneficios para las distintas personas que tengan animales tanto en la ciudad como en lugares cercanos por lo que esta permitirá ofrecer servicios en diferentes lugares. Otro valor agregado que podrá encontrar, será atención a domicilio ya sea a casas, fincas o lugares donde se presente algún tipo de accidente.

1.2 Nombre de la idea de negocio

Se Crea la Veterinaria denominándose Clínica Veterinaria “Lourdes”, La idea surge al interés que se tiene por los animales y analizando este plan como una oportunidad para mejorarlos, y gracias a la Clínica Veterinaria lograr una cercanía con las mascotas para satisfacer la necesidad que tienen, así mismo incrementar el crecimiento que genera el sector de la mascota y animales en general.

1.3 Visión misión valores

Visión

Ser una clínica reconocida a nivel del departamento de Ica promoviendo el bienestar de los animales por nuestro servicio de primerísima calidad e innovación. En el 2025, alcanzaremos un lugar de importancia en el Servicio de Atención integral de las Mascotas en la Provincia de Chincha y así tener una posición en el público Chinchano.

Misión

Es dar servicios que colaboren con los sectores de clínicas veterinarias y satisfacer la necesidad y deseo de atención veterinaria. Con un servicio y equipamiento de la mejora de la calidad, de esta modo mejorar el bienestar de las mascotas de casa, con mucho esmero y calidad humana.

Valores

- Vocación de Servicio:
- Confianza.
- Perseverancia:
- Puntualidad
- Limpieza

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general.

Prestar servicios veterinarios, dedicada a servicio de consultas médico Veterinario, cirugías, belleza y cuidado de mascotas, con un Plan de Negocio para mejorar al desarrollo empresarial innovador en la localidad de Chincha.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Establecer el estudio para establecer del tamaño del plan de negocio.
- Desarrollar una estrategia que ayude a implementar la Clínica.
- Realizar un estudio económico financiero para determinar los recursos necesarios para el desarrollar del plan de negocio.
- Definir el rubro de la Clínica Veterinaria y sus alcances.

1.5 Justificación

La idea del negocio, ayudara a ver todo los ángulos de posibilidad para poder efectuarlo. Previo a un estudio del mercado se determinara si este plan de negocios es factible, si es posible llevarlo a cabo y si será bien recibido por los nuevos clientes, considerando la viabilidad desde la perspectiva técnica, la lo financiero, y el impacto al ambiente y el componente social que pueden generar. Las mascotas que ingresan a la Clínica tendrá una historia clínica desde el que ingresa a la clínica tanto para la mascota, así para llevar de forma poco frecuente o simplemente para una revista genérica, también se tendrá en cuenta las mascotas donde en la clínica una asociación para ayudar a los mascotas, con el fin asistir en caso de enfermedad, al igual asignar una forma muy segura.

CAPITULO II

LA IMPLEMENTACIÓN

2.1 Pasos para crear una Clínica:

1.- Crear una empresa bajo las formas de personal naturaleza o personas jurídicas.

2.- Solicitar el Registro Único de Contribuyente (RUC) en la SUNAT.

3.- Licencia de la Municipalidad para Funcionar.

4.- Registrar en la DIRECCIÓN REGIONAL DE SALUD siguiendo los pasos señalados, en::

- Copia del Registro Único de Contribuyentes SUNAT.
- Croquis de la Ubicación.
- Dispensación
- Almacenamiento
- Servicio higiénico
- Croquis de Distribución del Local.
- Copia del DNI del dueño.
- Copia del Título Profesional del Médico Veterinario.
- Copia del Carnet Colegio.
- Certificado Domicilio.

2.1.1 Libros

- Libros de las Consulta
- Libros Oficiales (Legalizados por cualquier notaria)
- Libro de Ocurrencia
- Recetarios

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO

3.1 Clínica veterinaria

Clínica Veterinaria es un Establecimiento destinado a la prestación de servicios que tiende a prevenir, tratamiento y curación las patologías en los animales mediante las atenciones por especialidades con un control, cirugías menores y mayores (estéticas y reproductivas). La Clínica serán atendidas por Médicos Veterinarios Colegiados y hábiles (CMVP, 2006), Siendo uno de ellos como Responsable (SENASAG, 2008)

3.2 Logística

Dentro de la clínica, se debe de contar con mesa de exploraciones o diagnósticos (Ibañez, 2000), Mesa(s) auxiliar(es) de curación(es) (SENASAG, 2008). La mesa debe ser resistente impermeable con bordes y formas para los drenajes e higienizaciones. Además deberá tener una mesa de despachar (COVM, 2010).

Contar obligado un equipo de refrigeradora para una correcta conservación de muestras y fármacos. El equipo mínimo de la clínica: otoscopios, oftalmoscopios, estetoscopios (fonendoscopio), lector de microchips, negatoscopio, aunque no se disponga de aparato para realizar radiografías, instrumental quirúrgico básico para suturas, termómetros, en el botiquín medicamentos de urgencias, tubos endotraqueales y bomba de ambú, microscopio óptico, sistema esterilización por calor o químico, fuente de iluminación complementaria, los manuales de funcionamiento junto a los equipos.

3.3 Tercerización

Servicios subcontratados: Recoger cadáveres, residuos tóxicos, punzantes y cortantes, (Ibañez, 2000; SENASAG, 2008).

3.4 Equipamiento

La Clínica Veterinaria deberá contar con servicios básicos adecuados (agua durante las 24 horas, electricidad durante la 24 horas del día y sanitarios (servicios higiénicos). ambiente adecuado para baños y peluquería (opcional) (SENASAG, 2008). Sala para intervenciones quirúrgicas: Es recomendable disponer de dos locales separadas: una de ellas para la preparaciones y recuperaciones de la mascota y otra zona limpia, para realizar la cirugía.

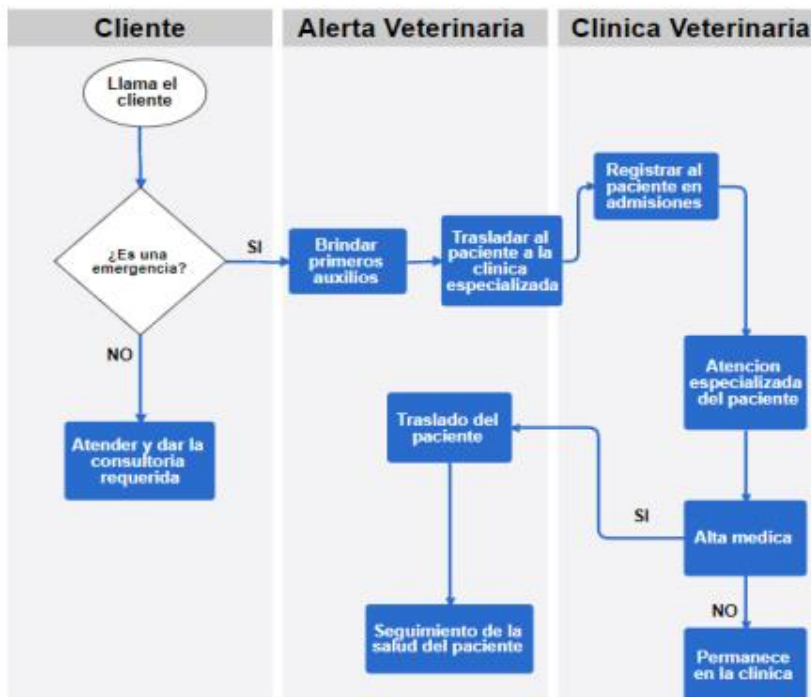
3.5 Equipamiento mínimo

Mesa de cirugía impermeable, con bordes y dispositivo de drenaje y de fácil higienización, equipo para anestesia inhalatoria, con ventiladores mecánicos, equipo para monitorear la anestésia, iluminación para las emergencias propia, desfibrilador, focos quirúrgicos y, instrumental para cirugía de cualidades y cantidades adecuadas de rutina, bombas de infusión, aspirador quirúrgico, mesas auxiliares, medios de reanimación y gases medicinales, (COVM, 2010).

3.6 Servicios de urgencia

La clínica debe disponer de servicios de urgencias,: Disponer de personal Médico Veterinario y UN auxiliar por 24 horas, la atención telefónica será de las 24 horas ininterrumpidas,

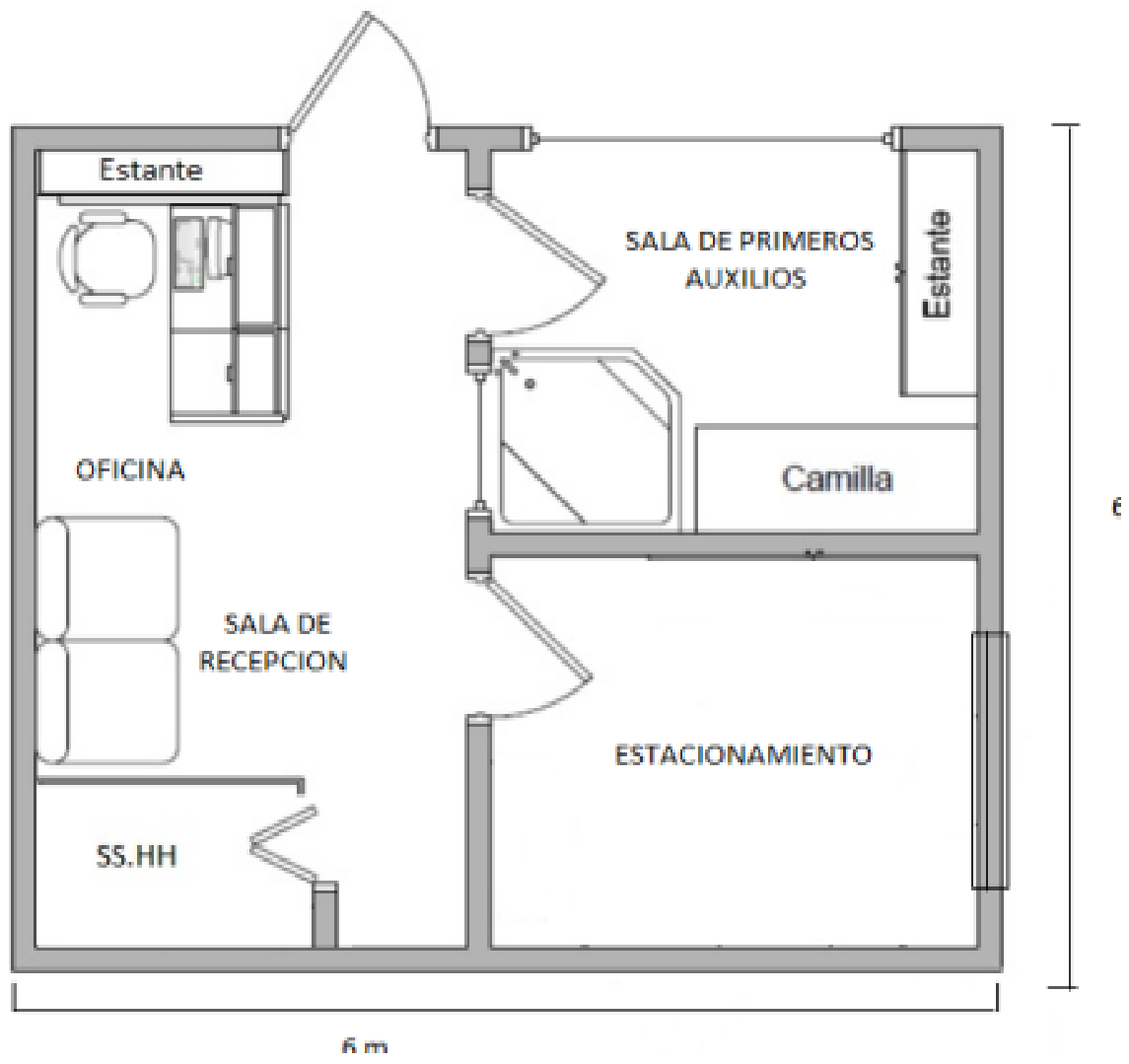
Flujograma de atención



3.7 Distribución de las instalaciones

Los servicios señalados en secciones anteriores serán incluidos en un espacio físico de la forma que se muestra a continuación:

- SAdministración
- Sala de primeros auxilios
- Sala para recepción
- Estacionamiento
- Servicios higiénicos.



3.8 Análisis del entorno Análisis Situación Externa Rivalidad Entre Competidores.

Chincha cuenta con aproximadamente 10 clínicas reconocidas en la ciudad. Estas veterinarias Y consultorios en gran parte cuenta con equipo y logística básica de atención como lo son: Belleza, atenciones, ventas de accesorios y alimentos. la variable que más afecta ya que en Chincha no se ha realizado una seria labores para identificación competitivos en el mercado local.

3.9 Análisis Estratégico de Mercado

los costos de operación de las veterinarias principalmente son el arrendar del local , pago de sueldos del personal, mientras que la compra y almacenamiento de materias primas es de reducido costo, puesto que la duración de los alimentos es prolongada, al igual que el caso de los medicamentos, mientras que el almacenamiento de éstos últimos se puede realizar en un refrigerador común.

3.10 Análisis norma ISO de procesos

Según la norma ISO los procesos que se deben tener en cuenta son

- La identificar las entradas y salidas.
- Identificar las oportunidades y los recursos necesarios en los procesos.
- Establecer y aplicar los criterios que asegure la operación y el control.
- secuenciar todos los procesos y actividades que se llevan a cabo en la organización.
- Documentar los procesos.
- Realizar cambios y mejoramiento en los procesos
- Definir y control las metas .
- Control de calidad de los procesos.

3.11 Análisis FODA

Es fundamental investigar y analizar las fortalezas y oportunidades así como las debilidades y amenazas que tiene el proyecto..

Debilidades

- Falta de promoción de los productos que requieren las mascotas.
- Recursos LIMITADOS
- Falta de Financiamiento.

Oportunidades

- Tecnología
- Productos de alta calidad.
- Personal calificado.
- Promoción

Fortalezas

- Genera empleo en la región.
- Capacitaciones en forma permanente
- Disponer equipo de punta.
- Conocimientos de especialización.
- Innovación.

Amenazas

- Clientes insatisfechos.
- Competencia
-

3.4 Marco legal

La Veterinaria “Lourdes” se constituye como una Sociedad por acciones simplificadas, tomando en cuenta que el número de socios puede ser desde uno y no tiene un número límite máximo de socios, la responsabilidades se limitan de acuerdo con sus aportes, se pueden fijar las reglas que va a regir la organización por medio del estatuto.

3.4.1 Estudio Logístico

3.4.2 Comprar lote y construir

Se desiste de la compra del lote por el alto costo y posterior construcción.

3.4.3 Compra inmueble

Por los altos costos es lo que se decide iniciar con el proyecto bajo un inmueble en arriendo.

3.4.4 Impacto social y responsabilidad social empresarial.

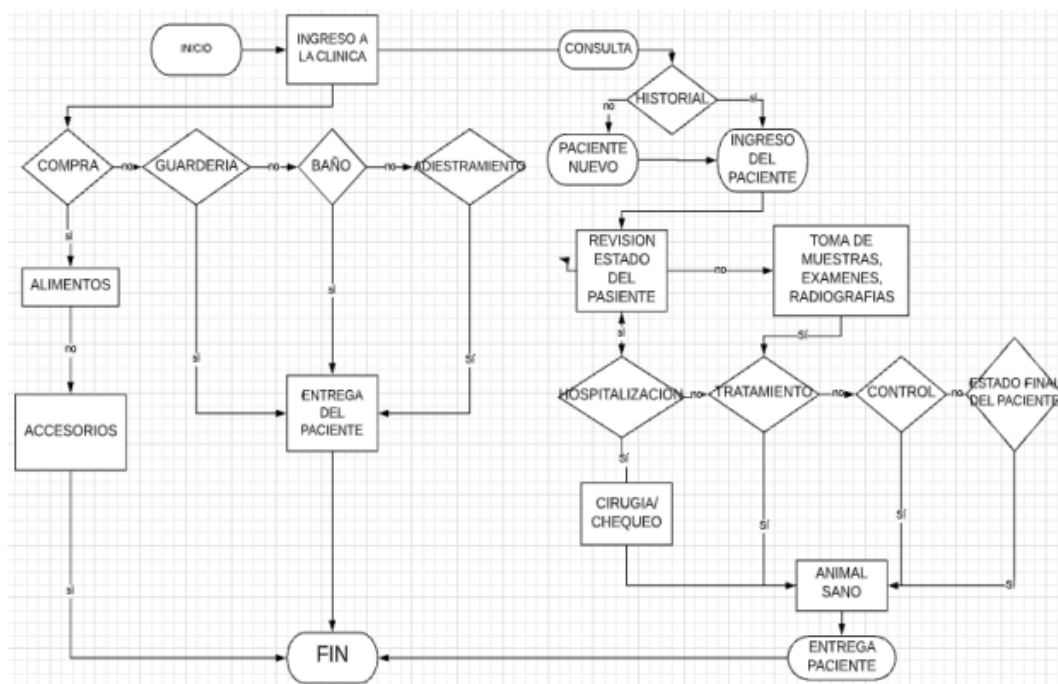
El plan de negocios es importante tanto para los propietarios como para los clientes, la conciencia sobre la responsabilidad social que conlleva el adecuado mantenimientos y desarrollos de las mascotas, es decir que si una mascota no goza con las condiciones establecidas para su desarrollo no puede ser parte de una familia, razón por la cual se ha analizado un impacto.

3.4.5 Calificación c del personal

Brindar un entorno laboral muy seguro la buscando d un bienestar familiar. Con estos elementos se convierte una empresa de ser responsable sosteniblemente con un entorno laboral que tiene alto sentido de pertenencia.

Diagramas de procesos

Diagrama de proceso “clinica vetrinaria Lourdes”



Fuente. Autor

3.5 Marco conceptual

En esta parte se presentan los desarrollos teóricos que dan soporte al proyecto.

3.5.1 Antecedentes

De acuerdo a un informe de la consultora Euromonitor (2016); el mercado global del cuidado de mascotas continuará mostrando un fuerte crecimiento durante los próximos años. Los principales impulsores de este crecimiento son: Asimismo, liderada por Brasil, Argentina y México (país que representó el 82% del crecimiento regional), América Latina ha sido la región con mejor desempeño, con ventas que aumentaron en 31% llegando a los US\$ 10 billones entre los años 2012 y 2017, superando a la región de Asia Pacífico y se convirtió de esta forma en el tercer mayor mercado regional.

3.5.2 Animales menores

La situación se considera que existe una demanda por los servicios, ya que se ha comenzado a una mayor afinidad hacia la adquisición de mascotas, los cuales los que forman parte de las familias, por lo cual ahora el tener una mascota significa adquirir y aceptar responsabilidades para mantenerlos en buena salud, y bienestar. (Taylor, 1993; Becker, 1997).

3.5.3 Mercado de mascotas.

. De acuerdo a Díaz (2016) directora de la consultora Invera Perú; en Lima, Arequipa y Trujillo, los peruanos gastan promedio S/. 210 mensuales en el cuidado de los perros. De este presupuesto mensual el 26% se destina a alimentación, 19% a medicinas, 19% a peluquería, 15% a recreación, 13% a servicios veterinarios y el 7% en juguetes y accesorios. En el caso del Perú, de acuerdo a la información brindada por la empresa de investigación de mercados Ipsos Perú, en el Perú y específicamente en Lima, existen más hogares con mascotas que hace 20 años. En las encuestas de 1995, el indicador marcaba 52% de las familias; en el 2005, subió a 55% y en el 2014, registró 58%. Esto nos demuestra la tendencia creciente que existe en las familias peruanas de contar entre sus miembros con una mascota (Ipsos Perú, 2015).

3.7 Conceptos fundamentales del sector.

Mascotas

Mascotas proceden del francés *mascotte* y que se utilizan para nombrarlos al animales de compañía. Estos animales, por lo tanto, acompañan a los seres humanos en la vida cotidiana.

3.8 Servicios para mascotas

La palabra "producto" proviene del latín productos, se conoce como producto a aquello que han sido fabricados, es decir, producido. El marketing establece que un o varios productos es un objeto que se ofrecen en los mercados con la satisfacer lo requerido aquella que necesitan o que desean los consumidores.

3.8.1 Sector veterinario.

Es un sector empresarial que abarca todos los servicios y productos relacionados con los animales. Este sector comprende tanto a los animales de compañía (mascotas) como a los animales de producción (aves, cerdos, etc.).

3.8.2 Grooming

peluquerías de mascota es el término utilizados para referirse a las diversas que utilizan para los baños y cortes de pelaje para mascotas, considerándose un arte porque combinan herramientas, material y equipo para el acicalamiento de mascotas.

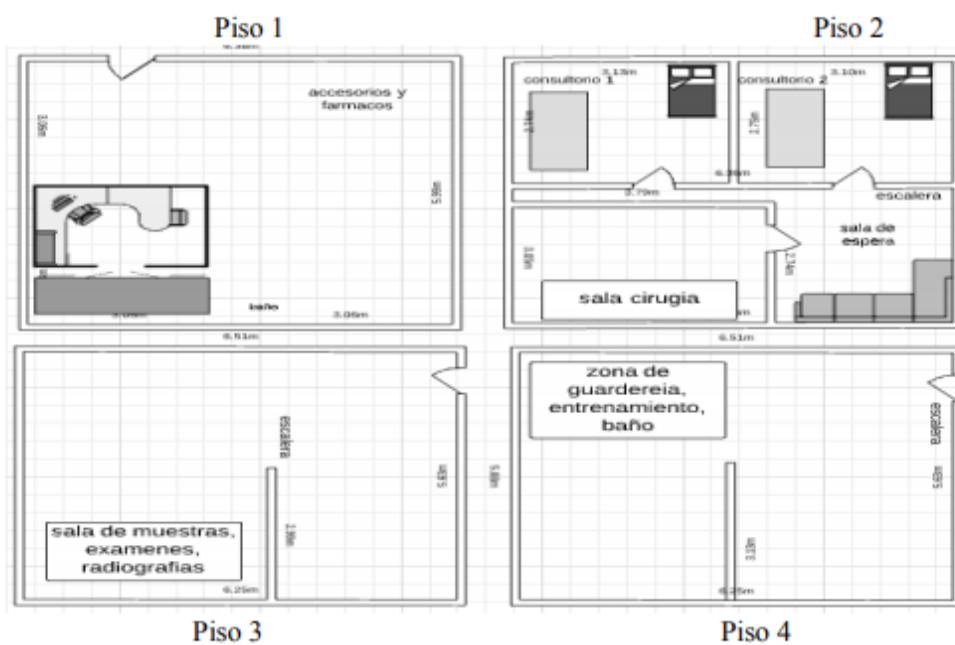
3.8.3 Groomer

Peluquero de mascotas, quien está capacitado para brindar el servicio de baño y cortes de pelo.

3.10. Plan de marketing estratégico

Vicuña (2014), preocuparse tanto del marketing estratégico como del marketing operativos operativas de los mismos, sino también de su dimensión estratégica.

Diagrama de planta física



Fuente. Autor

3.11 Análisis de marketing

Encontrar La desventaja competitiva, mientras que es difícil dar con ventajas competitivas reales y auténticas.

3.12 Planeamiento estratégico

El plan estratégico es el proceso de la administración de desarrollar y mantener una relación viable entre el objetivo y recurso de la organización y los cambios y oportunidad del mercado. Su objetivo la modelación y remodelación los negocios y productos de la Veterinaria, de manera que se combinen para producir un desarrollo . Cinco fuerzas de Porter que Permiten ejecutar el análisis competitivo, y determinar la estructura y atractivas de las industrias donde las organizaciones compitan.,

CAPITULO IV

EL MERCADO

4.1 Expansión de mercado

La Clínica Veterinaria Lourdes logrando una expansión de mercados se deberían una publicidad de la veterinaria..

CAPITULO V

ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 Horizonte de evaluar el negocio

Considerar un horizonte de 5 años: 2022 – 2027. Durante esta control financiero se evidencian que existen un equilibrio entre las variables: rentabilidad, liquidez, y crear valor agregado. Rentabilidad porque hay posibilidad de crear beneficio, reinversión y crecimiento; liquidez, con capacidad del cumplimiento con nuestras deudas de corto plazos; crear de valor.

5.1.2 Inversión

La Clínica "Veterinaria Lourdes" realizará una inversión en la apertura de una. Se estima un costo de S/. 65,999, de los cuales S/. 25,000 serán aporte de los del accionariado y la diferencias S/. 41,000 préstamos banco.

5.1.3 Estado de ganancias y pérdidas.

Para realizar el estado de ganancias y pérdidas de la "Clínica Lourdes" 2022-2027 se consideran que la veterinaria son propios por lo cual no se considera el costo por alquileres de locales.

5.1.4 Inversión en capital de trabajo

. El capital de trabajo para las operaciones de la Clínica" Veterinaria Lourdes" se financia con aporte de socios e ingresos que se obtiene por ingresos y los pagos de los clientes.

5.1.5 Flujo de caja económico

el flujo de caja económicos se da usando el flujo de caja operativos menos el flujo de caja del capital de trabajo. Se proyecta un flujo de caja económico de caja positivo, se esperan que el proyecto pueden equilibrarse solo, sin financiamientos externos.

5.1.6 Inversión en capital de trabajo

El capital de trabajo para las operaciones de la Clínica “Veterinaria Lourdes” se financia aporte de socios.

5.1.7 Flujo de caja económico.

El flujo de caja económico viene a ser el flujo de caja operativo restado el flujo de caja del capital de trabajo. Se proyectan flujos de cajas económicos de caja positivos y en crecimientos, se esperan que el proyecto puede sustentar solo, sin dinero externo.

5.1.8 Financiamiento.

El aporte sería de S/. 46,100, los mismos que tendrán una tasa efectiva anual de 15% y con 48 cuotas mensuales de S/. 1,350558.

5.1.9 Proyecciones financieras.

se considera el flujo del proyecto a cinco años; desde el 2022 al 2027 usando el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

Tabla 5.5. Cálculo del VAN y de la TIR.

| | |
|-------------------|-------------|
| n | 5 años |
| Tasa | 15% |
| Inversión Inicial | -30,000 |
| Flujo 1 | 5,848 |
| Flujo 2 | 12,465 |
| Flujo 3 | 20,967 |
| Flujo 4 | 28,736 |
| Flujo 5 | 38,758 |
| | |
| VAN | \$76,784.00 |
| | |
| TIR | 81% |

CONCLUSIONES

Se han identificado que varios clientes que consideran a la mascota como parte de sus familias, con un carácter emocional importante en tomar decisiones por parte del dueño de la mascota al momento que decide la obtención servicios o productos.

Los mercados de mascota se encuentran en la actualidad en las etapas de crecimientos. La Clínica Veterinaria Lurdes se encuentran en etapa de consolidar y establecimiento de la estrategia adecuada que le permite ingresar a una etapa de los crecimientos.

Las estaciones son factores que influyen en las frecuencias de visitar a la clínica veterinaria y consultorios.

.

-BIBLIOGRAFÍA

1 Libros Kawasaki, Guy. 2004. The Art of the Start. New York, Penguin Books Ltd. Hitt, M. 2008. Strategic management: competitiveness and globalization: concepts and cases. 7ª ed. México D.F, Thomson.

Chiavenato, I. 2001. Administración de Recursos Humanos. 5ª Ed. Bogotá, Colombia. McGraw Hill Interamericana S.A. VIII.

2 Memorias Acuña, P. 1998. Demografía Canina y Felina en el Gran Santiago. Memoria de Medicina Veterinaria. Santiago, Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias.

Daza, M. 2002. Caracterización de la Población de Animales Domésticos y Silvestres en Cautiverio de la Provincia de Santiago. Memoria Medicina Veterinaria. Santiago, Universidad de Ciencias y Tecnología. Facultad de Ciencias veterinarias.

Andía, W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. Industrial Data , 67 - 72.

Rivadeneira, M. (2014). La elaboración de presupuestos de empresas manufactureras. Centro de desarrollo Industrial.

Vinueza, N. (2015). Determinación de la población de mascotas en hogares, de la parroquia San Bartolo del Distrito Metropolitano de Quito. Quito: Universidad de las Américas.

Mena, R. (2013). Servicios de Diagnóstico Veterinario. Quito: Universidad de las Fuerzas Armadas.

Sapag, N. (2011). Proyecto de Inversión, formulación y evaluación. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

- Miranda. (2005). El estudio de factibilidad dentro del ciclo del proyecto.
- Jevring, C. (2001). Gestión de la clínica veterinaria. Buenos Aires: Inter Médica.
- Jabaloyes, J., & Carot, J. (2011). Introducción a la gestión de la calidad. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Cuervo, J., & Osorio, J. (2006). Costeo basados en las actividades ABC. Bogotá: Kimpres 175 Ltda.
- Pérez, J. (2010). Gestión de procesos. Madrid: ESIC Editorial.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. México: Pearson Educación.
- Muñiz, R. (2010). Marketing en el siglo XXI. Madrid: Centro de estudios financieros.
- Malagon, L., Galán, M., & Pontón, L. (2008). Administración hospitalaria. Bogotá: Medica Panamericana.
- Mérida, I. (2012). Gestión de centros clínicos veterinarios. Yucatán.
- Rodríguez, J. (2005). Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. México: Impresos Zoe.
- Mena, R. (2013). Plan de reorganización y elaboración de costos de los servicios de atención veterinaria del Hospital all Pets. Sangolquí: Universidad Fuerzas Armadas.
- Rodríguez, R. (2004). Costos aplicados a hoteles y restaurantes. Bogotá: ECOE.
- Jiménez, F., & C., E. (2007). Costos industriales. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- SNGP. (26 de Mayo de 2014). Recuperado el 25 de Agosto de 2015, de <http://www.politica.gob.ec/valores-mision-vision/>
- Barreneche, E. (2009). ¿Quién se haa llevado mi centro veterinario? Un viaje hacia el futuro. Alicante: Multimedica Ediciones Veterinarias.
- Nuñez, L., & Bouda, J. (2007). Patología Clínica Veterinaria. México: Universidad Nacional Autónoma de México. 176

Guillen, M. (2014). Shabby Comunicaciones; campañas de comunicación interna y externa. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

Prieto, J. (2012). Gestión Estratégica Organizacional. Bogotá: ECOE Ediciones.

Sinisterra, G., & Polanco, L. (2007). Contabilidad Administrativa. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Jácome, W. (2005). Bases teóricas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión. Ibarra: Editorial Universitaria.

Fontaine, E. (2003). Evaluación Social de Proyectos. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Besley, S. (2008). Fundamentos de Administración Financiera. Florida: Cengage Learning.

Tomey, A. (2009). Manual de gestión y dirección de enfermería. Madrid: Elsevier.

Senge, P. (2009). La Quinta Disciplina. Barcelona: Ed. Granida.

Collins, J. (2000). Construir la Visión de su Empresa. Bogotá: Planeta Colombiana, S.A.

Zapata, P. (2007). Contabilidad de costos herramienta para la toma de decisiones. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.

López, R. (2003). Sistema de costos hospitalarios (SICOH). Quito: Quality Print, PUCE.

Villaluenga, J. (2011). Pruebas bioquímicas y hematológicas en los centros veterinarios: Una reflexión sobre su uso y rentabilidad. CANIS ET FELIS - Nº 113 , 112.

Lemus, J., & Aragues, V. (2009). Administración hospitalaria y de organizaciones de atención de la salud. Buenos Aires: Corpus.

Nava, V. (2010). ISO 9001: 2008. Elementos para conocer e implantar la norma de 177 calidad para la mejora continua. San Diego: Limusa.

McCulloch, W., & Ball, D. (2009). Negocios internacionales: introducción y aspectos esenciales. Madrid: Irwin.

Sarriés, L., & Casares, E. (2008). Buenas prácticas de recursos humanos. Madrid: ESIC Editorial.

Temes, J. (2006). Gestión de procesos asistenciales: aplicación práctica. Madrid: McGraw-Hill, Interamericana de España. Ramírez, E., &

Cajigas, M. (2004). Proyectos de inversión competitivos. Palmira: Universidad Nacional de Colombia.