



# Curso Online de Estrategias para la Gestión Económica de Clínicas Veterinarias

*Metodologías y herramientas para administrar económicamente un centro veterinario a través de los conceptos de rentabilidad, liquidez, control de gestión y sus indicadores adecuados.*

**ARGENTINA**  
(54) 1159839543

**BOLÍVIA**  
(591) 22427186

**COLOMBIA**  
(57) 15085369

**CHILE**  
(56) 225708571

**COSTA RICA**  
(34) 932721366

**EL SALVADOR**  
(503) 21366505

**MÉXICO**  
(52) 5546319899

  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*

  
MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es  
america.iniciativasempresariales.com  
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098

**PERÚ**  
(51) 17007907

**PANAMÁ**  
(507) 8338513

**PUERTO RICO**  
(1) 7879457491

**REP. DOMINICANA**  
(1) 8299566921

**URUGUAY**  
(34) 932721366

**VENEZUELA**  
(34) 932721366

**ESPAÑA**  
(34) 932721366

# Estrategias para la Gestión Económica de Clínicas Veterinarias

## Presentación

Los centros veterinarios son empresas con un funcionamiento económico similar, tanto si hablamos de una pequeña clínica con uno o dos veterinarios, como si consideramos un gran centro con un equipo de 40-50 trabajadores.

El tamaño del centro y la experiencia del equipo confiere al proyecto veterinario la posibilidad de elegir una orientación estratégica diferente (mayor o menor especialización), pero dado que su actividad es similar, la gestión de la información (la actividad y los resultados) tendrán una base común que podrá aprender en este curso sea cual sea su tipo de centro.

Como profesional veterinario quizá no es conveniente que lleve el día a día de la gestión económica y de la información de su centro, pero sí es imprescindible que tenga una visión clara de qué información necesita obtener para poder tomar decisiones basadas en evidencias y no en sospechas.

Tener clara la información que necesitamos nos ayuda en el proceso de organización de los datos que gestionamos y que, a su vez, se convierte en elemento determinante para poder calcular el resultado y profundizar en el mismo a través de la desagregación y el cálculo e interpretación de indicadores derivados.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Estrategias para la Gestión Económica de Clínicas Veterinarias

## Objetivos del curso:

---

- Saber cómo administrar un centro veterinario.
- Analizar los diferentes tipos de información que se generan en un centro veterinario. Cómo organizarla y seleccionar aquella que nos ayuda a calcular el resultado.
- Gestionar el conjunto de la información que se genera en un centro veterinario para así poder calcular el resultado y ser capaces de interpretarlo de forma coherente.
- Tomar consciencia de la importancia de la información consistente y entender el resultado como un punto de partida o diagnóstico de la situación a partir del cual mejorar los procesos de gestión de nuestro centro.
- Realizar la planificación de ingresos y gastos de un centro veterinario.
- Calcular el resultado y sus diferentes indicadores, tanto económicos como de satisfacción de los clientes.
- Calcular los recursos que se consumen directamente en la realización de servicios y su valoración económica.
- A qué nos referimos cuando hablamos de resultados en clientes.
- Aprender a “bucear” en el resultado a través de la desagregación de la información de forma que podamos entender la aportación de cada servicio.
- Interpretar los resultados e indicadores calculados y entender los límites del propio proceso de interpretación.

“ Domine las metodologías necesarias para realizar una gestión económica óptima y rentable de su centro veterinario ”

## Dirigido a:

---

Directores, Propietarios y personal de centros veterinarios interesados en optimizar los resultados económicos y de organización de su centro.

# Estrategias para la Gestión Económica de Clínicas Veterinarias

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

8 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Introducción a la gestión económica y de la información de un centro veterinario

6 horas

La complejidad de los procesos y de la dirección de las personas que intervienen en el día a día de un centro veterinario y la información que generan, hace que sea difícil conocer su resultado a tiempo, con exactitud, fiabilidad y detalle necesario. Por ello, es importante saber cómo obtener el resultado económico de su centro e interpretarlo, punto a partir del cual podremos empezar a mejorar procesos y equipos.

#### 1.1. Introducción:

1.1.1. La gestión.

1.1.2. El resultado (económico y en clientes). Interpretación.

#### 1.2. La gestión de la información:

1.2.1. Los requisitos de la información:

1.2.1.1. Fiabilidad y consistencia.

1.2.1.2. Oportunidad.

1.2.1.3. Frecuencia.

1.2.1.4. Profundidad.

#### 1.3. Cómo ponerlo en práctica.

### MÓDULO 2. La selección de la información en un centro veterinario

6 horas

#### 2.1. El segundo objetivo: la selección.

#### 2.2. La información de contenido económico:

2.2.1. Conceptos de economía de empresa:

2.2.1.1. Recursos directos vs indirectos.

2.2.1.2. Compras / ventas vs pagos / cobros.

2.2.1.3. Consumo vs gasto.

2.2.1.4. Recursos fijos vs variables.

2.2.1.5. Escandallo de servicio.

2.2.2. Información de ventas por servicios realizados.

2.2.3. Información del consumo de materiales.

2.2.4. Información del consumo de trabajos subcontratados.

2.2.5. Información del consumo de mano de obra y el gasto.

- 2.2.6. Información de los gastos generales.
- 2.2.7. Información del gasto de la amortización.
- 2.2.8. Información de los gastos financieros.

### **2.3. La información relacionada con los clientes:**

- 2.3.1. Información del número de clientes.
- 2.3.2. Información de las visitas.
- 2.3.3. Información del nivel de satisfacción.

## **MÓDULO 3. El cálculo del resultado económico en un centro veterinario**

6 horas

A través de un caso práctico aprenderemos a calcular el resultado económico de un centro veterinario. Analizaremos varios conceptos de economía de empresa básicos y que están implícitos en el cálculo del resultado económico este tipo de centros.

- 3.1. El resultado económico.
- 3.2. Exposición del caso.
- 3.3. Caso práctico. Conceptos, escenarios y solución:
  - 3.3.1. Recursos fijos y variables, a fondo.
  - 3.3.2. Umbral de Rentabilidad / Punto Muerto.
  - 3.3.3. Resultado de la actividad.
  - 3.3.4. El resultado final.
  - 3.3.5. El cash flow de la actividad.
  - 3.3.6. Excedente o déficit de tesorería final.

## **MÓDULO 4. Indicadores derivados del resultado económico**

6 horas

- 4.1. Indicadores. Concepto.
- 4.2. Indicadores derivados del R.E.:
  - 4.2.1. Rentabilidad resultado final sobre las ventas.
  - 4.2.2. Rentabilidad resultado final sobre inversión.
  - 4.2.3. Rentabilidad resultado final sobre aportación.
  - 4.2.4. Facturación media por veterinario.
  - 4.2.5. Ratio ventas por veterinario sobre coste por veterinario.

### 4.3. Ampliación del caso a dos socios:

- 4.3.1. Los escenarios.
- 4.3.2. El resultado económico y otras magnitudes.
- 4.3.3. Otros indicadores derivados del R.E.

## MÓDULO 5. La profundidad en las ventas

6 horas

La actividad de un centro veterinario se puede desagregar de muchas formas, elegir la adecuada y bajar al detalle en las ventas nos permite conocer mucho mejor la realidad del funcionamiento de nuestro centro.

- 5.1. El resultado económico.
- 5.2. La estructura de desagregación adecuada.
- 5.3. La profundidad en las ventas:
  - 5.3.1. La desagregación de las ventas.
  - 5.3.2. La actividad que se esconde tras las ventas.
  - 5.3.3. La comparabilidad de las ventas.

## MÓDULO 6. La profundidad en los recursos y el resultado económico del centro veterinario

6 horas

La profundidad de la cifra de recursos directos consumidos y de recursos indirectos nos permite desagregar los resultados y poderlos conocer incluso para cada línea de negocio, familia y tipo de servicio.

- 6.1. La profundidad en los recursos directos:
  - 6.1.1. El consumo de materiales, fungibles, subcontratas.
  - 6.1.2. El consumo de horas de personal.
- 6.2. La profundidad en los recursos indirectos:
  - 6.2.1. El gasto de personal indirecto.
  - 6.2.2. Los gastos generales.
  - 6.2.3. Los gastos de amortización e intereses por el préstamo de la inversión.
- 6.3. La profundidad en el resultado económico.

## MÓDULO 7. El resultado en los clientes

6 horas

Dado que todo lo que hacemos está pensado para “gustar y satisfacer a los clientes”, cuantificar el resultado con los mismos nos permite conocer con certeza lo que está sucediendo en nuestro centro.

### 7.1. Introducción.

### 7.2. Información de los clientes:

- 7.2.1. Clientes nuevos y habituales en el período.
- 7.2.2. Comportamiento (profundidad) de los clientes.
- 7.2.3. Clientes vivos en nuestra cartera.

### 7.3. Información de las visitas (qué):

- 7.3.1. Con qué frecuencia viene un cliente.
- 7.3.2. Clientes que compran varias familias de servicios.
- 7.3.3. Información de la compra media por visita / cliente.

### 7.4. Información del nivel de satisfacción:

- 7.4.1. Clientes nuevos referenciados por clientes habituales.
- 7.4.2. Nivel de clientes vivos mantenidos en el tiempo.
- 7.4.3. Puntuación en encuestas de satisfacción sencillas.
- 7.4.4. Opiniones en redes sociales.

## MÓDULO 8. Interpretación de resultados en un centro veterinario

8 horas

### 8.1. La interpretación de resultados.

### 8.2. Interpretación de resultados económicos:

- 8.2.1. El resultado económico y otras magnitudes.
- 8.2.2. Indicadores derivados del resultado económico.
- 8.2.3. Las ventas en profundidad.
- 8.2.4. Los recursos directos en profundidad.
- 8.2.5. Los recursos indirectos.
- 8.2.6. Los resultados desagregados.

### 8.3. Interpretación de resultados en los clientes:

- 8.3.1. Cuántos clientes y de qué tipo.
- 8.3.2. Las visitas y el gasto medio.
- 8.3.3. La satisfacción.

### 8.4. Finalización del curso.

## Autores

---



### José G. Mora

Economista con más de 30 años de experiencia como directivo de empresa. Consultor y formador en el ámbito de la gestión de la información en proyectos empresariales.

### Inmaculada Mora

Veterinaria colegiada con más de 15 años de ejercicio profesional.

## Titulación

---

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

