



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL DE
MASCOTAS ESPECIALIZADO, EN LA CIUDAD DE GIRARDOT

LUISA FERNANDA ALVAREZ DELGADO

BRIGITTE YICELA VARGAS SERRANO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES

INFORME FINAL

GIRARDOT

2019



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL DE
MASCOTAS ESPECIALIZADO, EN LA CIUDAD DE GIRARDOT

LUISA FERNANDA ALVAREZ DELGADO

Código: 310215133

BRIGITTE YICELA VARGAS SERRANO

Código: 310209290

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES

INFORME FINAL

GIRARDOT

2019

DEDICATORIA

El presente proyecto quiero dedicarlo principalmente a mis padres María Delgado y Luis Álvarez quienes siempre han estado apoyándome incondicionalmente, a mi hermana Hilary Vanessa Álvarez Delgado y Steven Leonardo Trujillo por ayudarme cuando más lo necesitaba, dándome moral y aumentando mi ánimo para crecer tanto profesionalmente como a nivel personal.

El presente proyecto quiero dedicarlo principalmente a mis padres Ana Tulia Serrano y Adenis Vargas Rodríguez quien en este momento no me acompaña, mi Madre que es mi apoyo incondicional, a mis hermanos, a mi esposo Jorge Alberto Reuter y mi hija Hanna Valeria Reuter Vargas por apoyarme y ayudarme cuando más lo necesitaba, dándome moral, comprensión y aumentando mi estado de ánimo para crecer tanto profesionalmente como a nivel personal.

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer principalmente a Dios por darnos sabiduría, entendimiento y fuerza para salir adelante con uno de los sueños más importantes de nuestras vidas. No fue sencillo culminar este proyecto, pero gracias al apoyo de nuestros familiares, parejas y nuestros amigos más cercanos, sin ellos esto no hubiera sido posible, también queremos agradecerles a los docentes que nos instruyeron en la Universidad de Cundinamarca puesto que cada uno nos ayudó de alguna forma para crecer profesionalmente y aumentar nuestras habilidades, para poder salir y mostrar nuestras capacidades. Gracias al profesor Juan Andrés Godoy quien nos aportó de sus conocimientos para que fuera mejorando cada vez más este proyecto, a la profesora María Patricia Díaz Cárdenas que siempre está dispuesta a ayudar a su estudiante brindándoles un apoyo incondicional, quien fue de gran ayuda para la terminación de este proyecto, a mis amigos cercanos que de una u otra manera se preocuparon por nuestro proyecto que en algunos casos estuvieron dispuestos a ayudar. Hoy puedo decir gracias a todos ustedes he cumplido un logro más en vida con la finalidad de este proyecto.

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO

JURADO

RESUMEN

El presente proyecto es un estudio de factibilidad para la creación de un hotel canino en el municipio de Girardot, en donde se escogió un nicho de mercado comprendido de estratos 3, 4, 5 y 6, que cuente con un canino en su hogar, entre los servicios que se prestarán en dicho hotel está principalmente el hospedaje de caninos, el cual irá por secciones según unos parámetros escogidos para su comodidad y salud; otro será el servicio de belleza el cual estará dividido entre Spa y Peluquería en los cuales se ofrecerá corte de pelo, zona de peinado, limpieza de oídos, corte de uñas, baño y una zona de relajación con música y camas suaves; se ofrecerá servicio de adiestramiento prestado por terceros en el cual se brindará la opción de realizar entrenamiento individual, sin propietario, o con el propietario; Tendremos una zona de juegos la cual está compuesta por: Zonas verdes, un campo de obstáculos y una piscina para la recreación e integración de los huéspedes.

El hotel contará con un personal calificado para cada área y cada servicio que se prestará, cada uno de ellos tendrá la capacidad de distinguir el momento en el que se presente una urgencia y su plan de manejo. Se contará con un circuito cerrado de cámaras al cual se le permitirá acceso a los propietarios que decidan adquirir este servicio, todas las áreas contarán con servicio de cámaras para su vigilancia.

PALABRAS CLAVE:

Hotel, canino, Girardot, mascotas, veterinario.

ABSTRACT

This project is a feasibility study for the creation of a canine hotel in the municipality of Girardot, where a niche market comprised of strata 3, 4, 5 and 6 was chosen, which has a canine in its home, between the services that will be provided in this hotel are mainly the lodging of canines, which will go by sections according to some parameters chosen for your comfort and health; another will be the beauty service which will be divided between Spa and Hairdressing in which haircut, hairstyle, ear cleaning, nail cutting, bath and a relaxation area with music and soft beds will be offered; training service provided by third parties will be offered in which the option of individual training, without owner, or with the owner will be provided; We will have a playground which is composed of: Green areas, an obstacle course and a swimming pool for recreation and integration of guests. The hotel will have a qualified staff for each area and each service that will be provided, each of them will have the ability to distinguish the moment in which an emergency is presented and its management plan. There will be a closed circuit of cameras that will be allowed access to owners who decide to purchase this service, all areas will have camera service for surveillance.

KEY WORDS: Hotel, canine, Girardot, pets, veterinarian

TABLA DE CONTENIDO

1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL DE MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE GIRARDOT.....	12
2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION	13
2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN	13
2.2. LINEA DE INVESTIGACIÓN	13
2.3. PROGRAMA.....	13
3. PROBLEMA	14
3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	14
3.2. FORMULACION DE PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
4. JUSTIFICACIÓN	16
5. OBJETIVOS	17
5.1. OBJETIVO GENERAL.....	17
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	17
6. MARCO DE REFERENCIA.....	18
6.1. MARCO TEORICO	18
Teoría de las necesidades.....	18
Teoría general de sistemas	20
6.2. CONCEPTUAL	23
Hotel para perros.....	23
Alojamiento:.....	23
Guardería:	23
Spa-Peluquería:.....	23
Adestramiento:	24
6.3. MARCO LEGAL.....	25
7. DISEÑO METODOLÓGICO	27
7.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	27
7.2. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	27
7.3. TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	28

7.4. TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS.....	28
8. IDEA DE NEGOCIO	29
8.1. MODELO DE CANVAS:.....	30
8.1.1. Propuesta de valor:	30
8.1.2. Segmento de clientes:.....	32
8.1.3. Canales de distribución:	32
8.1.4. Relación con los clientes:.....	33
8.1.5. Fuente de ingresos:.....	33
8.1.6. Recursos Clave:.....	33
8.1.7. Actividades Clave:.....	34
8.1.8. Socios Clave:	35
8.1.9. Estructura de Costos:.....	35
9. ANÁLISIS DE MERCADO	36
9.1. CADENA DE VALOR.....	37
10. ESTUDIO TECNICO	40
10.1. PLAN DE MARKETING	43
10.1.1. PRODUCTO	43
10.1.2. PRECIO:	44
10.1.3. PLAZA (CANAL DE DISTRIBUCION):.....	44
10.1.4. PROMOCIÓN (COMUNICACIÓN):.....	45
11. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH	46
11.1. MISIÓN.....	46
11.2. VISIÓN	46
11.3. ORGANIGRAMA	46
11.4. DESCRIPCION DE PUESTOS.....	47
11.5. HABILITACIÓN PARA USO DE SUELO:	50
11.6. SECRETARÍA DE SALUD:.....	50
11.7. MANEJO DE RESIDUOS Y PLAN DE SANEAMIENTO BÁSICO.....	51
12. PLANIFICACION ECONÓMICA-FINANCIERA.....	58
13. POSIBLES RIESGOS Y PROBLEMAS:	76

14. IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO.....	77
14.1. SOCIAL y Cultural:	77
El impacto social de este proyecto tendrá un efecto	77
14.2. ECONÓMICO:	77
14.3. AMBIENTAL:	77
15. CONCLUSIONES	78

TABLA DE ILUSTRACIONES

Figura No.1: Pirámide de Maslow	19
Figura No. 2 Modelo de Canvas	30
Figura No. 3: Cadena de valor del Hotel.....	37
Figura No. 4: Encuesta	38
Figura No. 5: Logo	43
Figura No. 6: Organigrama	46
Figura No. 7: Producción servicio anual.	69
Figura No. 8: Producción servicio mensual.....	70
Figura No. 9: Punto de equilibrio.....	71
Figura No. 10: Amortización de crédito.....	75

LISTADO DE TABLA

Tabla No. 1: Veterinarias	40
Tabla No. 2: Estructura de la Inversión Inicial del proyecto	42
Tabla No. 3: Médico Veterinario.....	47
Tabla No. 4 servicios Generales	47
Tabla No. 5: peluquero-SPA	48
Tabla No. 6: Administrador	48
Tabla No. 7: Auxiliar especializado	49
Tabla No. 8: Recepcionista- Vendedor	49
Tabla No. 9: Inventario General.	58
Tabla No. 10: Nómina	63
Tabla No. 11: Depreciación	64
Tabla No. 12: amortización	65
Tabla No. 13: Servicio del Hotel.....	66
Tabla No. 14: SPA- PELUQUERIA	67
Tabla No. 15: URGENCIAS	68

Tabla No. 16: Producción por año.	69
Tabla No. 17: Producción por mes.....	70
Tabla No. 18: PUNTO DE EQUILIBRIO	71
Tabla No. 19: Flujo de caja	72
Tabla No. 19: Financiación INV. INICIAL.....	74
Tabla No. 20: Amortización Crédito.	75

**1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL DE
MASCOTAS, EN LA CIUDAD DE GIRARDOT.**

2. AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION

2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Área Social y Humanística.

2.2. LINEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo organizacional

2.3. PROGRAMA

Programa de Administración de empresas Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables.

3. PROBLEMA

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Una gran parte de la sociedad de hoy en día cuentan con un amigo peludo como mascota en sus hogares, el problema principal con el que se encuentran los propietarios de estas mascotas, es al momento de realizar un viaje pues no tienen acceso a un establecimiento que les brinde un cuidado apropiado a su mascota, a razón de esto fueron creados los hoteles para mascotas, con el fin de suplir una demanda que se presentó al necesitar un espacio agradable en el cual se le pueda prestar comodidad, prevención y atención.

Según una encuesta realizada por la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) el 43% de los hogares en Colombia tienen por lo menos una mascota, en el cual se genera la problemática de cómo y dónde van a dejar a sus compañeros caninos cuando se les presentan viajes inesperados.

Por lo anterior existen veterinarias, spa, pet shops, entre otras, las cuales solo prestan uno o dos servicios en específicos, pero en Girardot, Cundinamarca no existe un servicio unificado en donde pueda encontrar todo en un mismo establecimiento, con calidad, comodidad y buena alimentación.

Clínicaraza¹ nos dice que “los hoteles de mascotas ofrecen una gran variedad de servicios desde zonas de juegos, zona de belleza, espacios para compartir y hacer nuevos amigos; los hoteles también cuentan con servicios de urgencias, apoyado en clínicas veterinarias en caso de ser requeridos, todo el personal está calificado para brindar la mejor calidad en cada servicio que sea requerido”.

¹ Clínicaraza. (s.f.). *CLINICARAZA*. Obtenido de Alzate, A. T. (Marzo de 1999). *B Digital UNAL*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/57900/1/teoriageneraldesistemas.pdf>

La disponibilidad de hoteles caninos está ligada principalmente a las grandes ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, entre otros, la población de mascotas en los pequeños municipios ha ido en aumento, esto se ve reflejado en el crecimiento de la oferta, tanto en supermercados en los cuales se ha visto el aumento en los espacios para los productos de las mascotas, como en nuevas tiendas especializadas que han abierto sus puertas al público en lugares cada vez más concurridos y comerciales.

¿Qué tan difícil es que mi mascota tenga agua, comida y cariño durante mis vacaciones? Esta es la pregunta que los amantes de las mascotas se hacen cuando le piden a un familiar o alguien cercano que cuide su mascota, es aquí donde los hoteles para mascotas son una de las opciones más viables para que tanto propietarios, como las mascotas puedan disfrutar de sus vacaciones.

¿Ofrecen servicios especiales los hoteles de mascotas?

Sí, este tipo de servicios son llamados modalidades VIP en los cuales se ofrecen suites adecuadas con decoraciones especiales, servicios al cuarto, los cuales ofrecen golosinas, comidas especiales, entre otras, en otras instalaciones del hotel se ofrecen también un ambiente con música de relajación y servicio de SPA. Existe un servicio especial que solo ofrecen los hoteles más especializados, el cual es un sistema de video cámaras, diseñado para que los propietarios puedan obtener acceso visual a sus mascotas las 24 horas del día, y en todas las zonas en las que ellos estarán.

3.2. FORMULACION DE PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

¿Cuáles son los requerimientos de mercadeo, técnicos, legales, administrativos y financieros, que se deben considerar para la puesta en marcha de un hotel para mascotas caninas, en la ciudad de Girardot-Cundinamarca para el año 2020?

4. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto se realiza con el fin de ofrecer un nuevo servicio en la ciudad de Girardot, el cual consiste en que los núcleos unifamiliares y multifamiliares que posean una mascota tengan la posibilidad de acceder a un servicio de hotel que cumpla con todas sus expectativas y necesidades en el cuidado de su animal de compañía, tales como: Spa, salas de belleza, zonas recreacionales en la que el personal estará debidamente capacitado para cada una de las áreas del hotel canino; el hotel también contará con lugares de entrenamiento, zonas recreativas en donde se encontrará con una piscina, juguetes de entrenamiento y pista de obstáculos, servicio Médico de urgencias las 24 horas en convenio con una clínica veterinaria, el hotel igualmente contará con un Médico que estará en la jornada diurna para la atención primara en caso de que algún huésped lo llegara a requerir; alojamientos adecuados para una estadía confortable, cada habitación cuenta con adecuaciones para las diferentes necesidades de cada mascota, desde zonas con mejor ventilación para los más peludos, cuartos más amplios para los más grandes, zonas libres de ruido para los seniles y camas acogedoras para que se sientan a gusto. Los motivos que llevaron a investigar la creación de un hotel canino fue la necesidad de las familias de contar con un lugar en donde encuentren comodidad, buen cuidado y buena alimentación para sus mascotas, principalmente de las de estrato 3, 4, 5 y 6 las cuales demuestran un mayor interés hacia el beneficio y confortabilidad de sus mascotas, a raíz de esta necesidad, el fin del proyecto es ofrecer un multiservicio especializado al cual solo no se acceda en épocas vacacionales, sino que también pueda ser una salida de la rutina diaria. Cabe resaltar que en el municipio de Girardot no se encuentran registrados hoteles caninos que ofrezcan este multiservicio por lo cual, esto le genera un plus importante de innovación a este proyecto.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar la viabilidad de la creación de un hotel para mascotas que ofrezca los servicios locativos, recreativos, de entrenamiento, de belleza y salud primaria en la ciudad de Girardot para el año 2020.

5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un análisis del estudio de mercado para medir el nivel de aceptación social.
- Establecer un diseño técnico para definir las condiciones de las habitaciones para cada uno de los diferentes caninos.
- Identificar los elementos básicos de belleza requeridos para la prestación de servicios en el spa del hotel canino.
- Establecer el volumen de recursos necesarios para la creación del hotel de mascotas.
- Identificar la rentabilidad requerida para el correcto funcionamiento del hotel de mascotas.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1. MARCO TEORICO

Durante la elaboración del proyecto se tuvo en cuenta la teoría de las necesidades, como fase inicial para identificar como y de qué manera satisfacer el menester presentado en el planteamiento del problema.

Luego se identificará por medio del estudio técnico la localización, capacidad instalada, maquinaria y equipo utilizado a través del estudio administrativo el tipo de roles y cargos a cumplir dentro de la organización, así como su estructura organizacional. y finalmente por medio del estudio financiero se analizará la rentabilidad esperada, el periodo de recuperación de la inversión, el punto de equilibrio y los costes del proyecto.

cuando finalice esta fase se pondrá en práctica la teoría de los sistemas para la unificación y puesta en marcha del proyecto.

Teoría de las necesidades

García² define que “La pirámide de Maslow forma parte de una teoría psicológica que inquiriere acerca de la motivación y las necesidades del ser humano: aquello que nos lleva a actuar tal y como lo hacemos. Según Abraham Maslow un psicólogo humanista, nuestras acciones nacen de la motivación dirigida hacia el objetivo de cubrir ciertas necesidades, las cuales pueden ser ordenadas según la importancia que tienen para nuestro bien estar”.

- El primer nivel habla sobre las necesidades fisiológicas o necesidades de supervivencia, tales como lo son respirar beber agua, alimentarse o dormir.
- El segundo nivel habla sobre las necesidades de seguridad y protección, cuando se habla de seguridad se refiere a permanecer libre de lesiones

² GARCIA-ALLEN, Jonathan. Pirámide de maslow: la jerarquía de las necesidades humanas: psicología y mente

psicológicas y fisiológicas, en cuanto a la protección es el cuidado o resguardo de algo o alguien.

- El tercer nivel habla sobre las necesidades sociales, explicando de que siempre debe pertenecer a un grupo social, bien sea de familia, amigos o de pareja.
- El cuarto nivel habla sobre dos necesidades de estima, alta y baja. La estima alta tiene que ver con la necesidad personal como lo son confianza, logros, independencia y libertad y la baja son las necesidades extra personales como la necesidad de atención, aprecio, reconocimiento o estatus.
- El quinto y último nivel habla sobre las necesidades de autorrealización y tiene que ver con las necesidades psicológicas, para llegar a este nivel se deben de haber cumplido con cada uno de los niveles anteriores

Figura No.1: Pirámide de Maslow



Se identifica que el proyecto está alineado en cubrir las necesidades de seguridad y sociales, ya que las personas van dirigido este proyecto se caracteriza por idealizar a las mascotas como un miembro más de la familia, un ser necesitado de afecto, comprensión, seguridad y protección cuando el ser humano por circunstancias de viajes debe de dejar a las mascotas, o simplemente para que éstas tengan un agradable momento.

Teoría general de sistemas

La Teoría General de sistemas se concibe como una serie de definiciones, de suposiciones y de proposiciones relacionadas entre sí por medio de las cuales se aprecian todos los fenómenos y los objetos reales como una jerarquía integral de grupos formados por materia y energía; estos grupos son los sistemas. ³Alzate dice que “Ludwing Von Bertalanffy presento la teoría como un movimiento científico que plantearía una seria de justificaciones importantes para la biología y la física, los principios válidos para estos sistemas en general son”:

1. La existencia de similares que gobiernan la conducta de entidades en muchos campos. Debido a que estos principios son comunes a diferentes niveles de organización y pueden ser legítimamente transferidos de un nivel a otro, es legal buscar una teoría que explique estas correspondencias, y las exprese mediante leyes especiales.

2. La necesidad de una nueva ciencia, que fuera exitosa en el desarrollo de la teoría de la complejidad organizada, en contraste con la ciencia clásica que se limitó a la teoría de la complejidad no organizada.

3. En ese entonces las formulaciones convencionales de la física eran inadecuadas para tratar sistemas vivientes como sistemas abiertos y no podía tomar

³ Alzate, A. T. (Marzo de 1999). B Digital UNAL. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/57900/1/teoriageneraldesistemas.pdf>

en cuenta las leyes entrópicas que indicaban “disipación”, “degradación” y “evolución”, en los organismos vivientes.

4. Había la esperanza de que un “concepto unitario del mundo (y de la ciencia) pudiera basarse, no sobre la esperanza posiblemente inútil y ciertamente forzada para reducir finalmente todos los niveles de la realidad al nivel de la física, sino más bien en la isomorfa de las leyes en diferentes campos.

5. Desde el siglo diecisiete, “la ciencia dejó bastante atrás a la filosofía en la empresa de explorar la naturaleza”. La Teoría General de Sistemas abarca la visión de muchos científicos en la investigación de los fundamentos filosóficos de los conceptos con los cuales trabajan.” Las conjeturas que surgen en las nociones neo-organismicas” en la Teoría General de Sistemas y “La filosofía de la ciencia que surge de los fundamentos positivistas logísticos”, se consideran los dos programas más prometedores de reunificación de la ciencia y la filosofía.”

Estas teorías se relacionan con el Hotel para mascotas puesto que es un hotel especializado en donde hay comodidades y atenciones que no cualquier establecimiento las ofrecen, se tiene proyectado un sistema en donde los propietarios tengan acceso para poder monitorear sus mascotas durante el tiempo que van a permanecer hospedadas en el hotel y puedan estar más tranquilos de que están seguros y siendo atendidos de la mejor manera. La teoría de las necesidades se escogió puesto que ésta va ligada con el proyecto debido a que cumplen las necesidades básicas de los seres vivos en este caso de las mascotas, necesidades que les ayudan a tener una mejor forma de vida, ayuda a culturalizar más a las personas de cómo deben de cuidar a sus mascotas y que necesidades tienen cada una de ellas aparte de comer y tomar agua.

Según león⁴, “En la ciudad de panamá se encuentra **woof house panamá** uno de los hostales más completos que existe en el mercado en ese país. Ofrece servicios

⁴ León, P. (2015). Calameo. Obtenido de <https://es.calameo.com/books/004627261c1d0c801dcae>

de adiestramiento peluquería cuenta con las instalaciones adecuadas para el cuidado de mascotas”, sin embargo, no cuenta con el servicio de vigilancia vía online.

Espinosa⁵ habla de “Juan Pablo Páez, psicólogo, etólogo y dueño de la **Guardería-Resort** Cultura Canina de la ciudad de Bogotá, comenta que “su metodología” permite a los perros estar durante el día rotando en grupos por las áreas de socialización, juego, estimulación, piscina y descanso, además de realizar caminatas libres por los senderos. En este hotel las áreas para descanso tienen techo termo acústico y telas con filtros UV”.

Pet Hotel Quattro, es un hotel para mascotas en la ciudad de Medellín que cuenta con servicio de circuito cerrado de televisión, lo que les permite a los propietarios ver a sus mascotas en tiempo real a través de una aplicación. Además, tiene un espacio acondicionado para brindar el servicio de hospedaje para gatos. Fueron el primer hotel en establecer el servicio personalizado de cámaras, debido a que los propietarios no veían a sus mascotas como un animal, si no como un miembro más de su familia.

⁵ Espinosa, L. M. (16 de 12 de 2014). La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/ocio/conozca-los-hoteles-cinco-estrellas-en-donde-puede-dejar-a-sus-mascotas-2203241>

El enfoque sistemático se caracterizó por ser interdisciplinario, y lo primordial son los conjuntos que se originan de las relaciones de disciplinas exigentes.

6.2. CONCEPTUAL

Hotel para perros

Un hotel canino se define como un edificio equipado y acondicionado para ofrecer un servicio de hospedaje temporal, entretenimiento, entre otros planes acondicionados para cada necesidad o gusto de los propietarios. Cuenta con espacios adaptados para la estética canina como lo son: zonas de Spa, peluquería y baño, en otros espacios encontramos zona de recreación como los son: piscinas, pistas de obstáculos, zonas verdes, de entrenamiento en caso tal de que el propietario opte por adquirir un servicio adicional.

“Hay que aclarar que estos establecimientos no son guarderías, el concepto de guardería para dejar las mascotas ha cambiado mucho para beneficio las mascotas. Dado que un hotel para mascotas se entiende como aquel que brinda un bienestar integral, en el cual se enmarca alimentación, recreación entre otros, y no solo un cuidado básico como lo es en las guarderías (agua, comida y un mini paseo), todo ello en una jaula o habitáculo pequeño en el que pudiera estar.”⁶

Alojamiento:

Es la estadía, alimentación entre otros beneficios que le ofrecen a los caninos mientras permanecen dentro de las instalaciones.

Guardería:

Es un servicio que busca ofrecerle a los propietarios cuidados básicos para suplir las necesidades que presenten los caninos.

Spa-Peluquería:

Este servicio se ofrece con el fin de generar otras opciones de cuidado para el bienestar de los caninos.

⁶ BARRIOS DE VALLE LIZETH, M. R. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL PARA MASCOTAS(PERROS Y GATOS) EN LA CIUDAD DE CARTAGENA*. Obtenido de p. 29

Adestramiento:

El objetivo de este servicio es culturizar a los propietarios en que puedan realizar sus hábitos cotidianos en la compañía de su mascota sin tener ningún inconveniente.

6.3. MARCO LEGAL

A continuación, se exponen las normas que se tomaran en cuenta en el desarrollo de la investigación:

- Ley 84 de 1989. "Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia."

CAPITULO II

De los deberes para con los animales.

Artículo 4° Toda persona está obligada a respetar y abstenerse de causar daño o lesión a cualquier animal. Igualmente debe denunciar todo acto de crueldad cometido por terceros de que tenga conocimiento.

Artículo 5° Además de lo dispuesto en el Artículo anterior, son también deberes del propietario, tenedor o poseedor de un animal, entre otros:

- a) Mantener el animal en condiciones locativas apropiadas en cuanto a movilidad, luminosidad, aireación, aseo e higiene;
- b) Suministrarle bebida, alimento en cantidad y calidad suficientes, así como medicinas y los cuidados necesarios para asegurar su salud, bienestar y para evitarle daño, enfermedad o muerte;
- c) Suministrarle abrigo apropiado contra la intemperie, cuando la especie de animal y las condiciones climáticas así lo requieran.

Parágrafo. Cuando se trata de animales domésticos o domesticados, en cautividad o confinamiento las condiciones descritas en el presente artículo deberán ser especialmente rigurosas, de manera tal que los riesgos de daño, lesión, enfermedad o muerte sean mínimos.

- Ley 905 de 2004. "Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones".

Artículo 1° El literal b) del artículo 1 de la Ley 590 de 2000 quedará así: b) Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

- Decreto 410 de 1971. "Por el cual se expide el Código de Comercio".

Artículo 1°. Aplicabilidad de la ley comercial. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.

Artículo 2o. aplicación de la legislación civil. En las cuestiones comerciales que no pudieren regularse conforme a la regla anterior, se aplicarán las disposiciones de la legislación civil.

Artículo 3o. autoridad de la costumbre mercantil - costumbre local - costumbre general. La costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contraríe manifiesta o tácitamente y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella.

Artículo 108: la tenencia de los ejemplares caninos en las viviendas urbanas y rurales requiere que las circunstancias de su alojamiento en aspecto higiénico y sanitario, de alimento y custodia sean adecuadas.

Artículo 108B: se permite la presencia de caninos en sitios públicos y privados que como guías acompañen a su propietario o tenedor.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación a realizar es de origen descriptivo, este tipo de estudio se conoce por la delimitación de los hechos que hacen parte de un problema de investigación, este permite tener parámetros que ayudan a que sea más clara y concisa, entre sus características se encuentran identificar formas de conductas, actitudes de una persona que haga parte necesaria del cuerpo de investigación, características demográficas de las unidades que se están investigando, según lo definido anteriormente, la investigación es de origen descriptivo debido a los factores tomados en cuenta para realizarla, además de tener un enfoque cuantitativo siendo que el fin de la investigación era obtener datos concretos sobre una población específica, e indicadores financieros que determinaran la viabilidad del proyecto.

7.2. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

La población sobre la cual se desarrolló la investigación se basó en los hogares que primeramente tuvieran una mascota en su hogar y segundo que estuvieran en la capacidad económica de correr con los gatos de un hotel canino, siendo que no es una prioridad en los gastos de una familia, para esto se realizó la investigación en hogares de estrato 3, 4, 5 y 6 según la cantidad de habitantes de la ciudad de Girardot, Cundinamarca.

La población se define como un total de personas que poseen algo en común, sobre lo cual se puede realizar un estudio y obtener unos datos que den origen a una investigación a profundidad.

7.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La primera recolección se basó en encuestas realizadas a hogares de estratos 3, 4, 5 y 6 quienes son a quienes se les ofrecerá el servicio del hotel, basado en sus respuestas se determinaron las preferencias de servicio, comodidades y demás requerimientos para el servicio de hospedaje que se requiere para las mascotas.

Se tomaron referentes de otras investigaciones similares, leyes, normas, y demás información encontrada en internet sobre el tema en cuestión, todo esto con el fin de tener unas bases de estudio técnico, legal, organizacional y financiero del proyecto.

7.4. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS

El procesamiento de la información se realizó a través de tablas modificadas en Excel con el fin de obtener unos resultados cuantitativos, que permitieran elegir la e interpretar de la mejor manera la información recolectada durante la encuesta, con el apoyo de gráficos y tabulación de datos, de lo cual se obtuvieron conclusiones y recomendaciones sobre como guiar la investigación, cuáles eran los puntos más fuertes a investigar y que buscan los clientes para el cuidado de sus mascotas.

8. IDEA DE NEGOCIO

Nuestra idea de negocio fue producto de una necesidad vista en el municipio de Girardot; cuando una familia deseaba realizar un viaje el primer problema que tenía que resolver era donde dejar a su mascota, puesto que algunas veces familiares o amigos no podían cuidar de ella.

El hotel canino nace del amor y cariño que existe hacia nuestras mascotas, que son nuestros acompañantes, amigos y hasta familia, y como todo familiar queremos lo mejor para ellos, por eso surge el querer ayudar a aquellas personas que teniendo su mascota, por cuestiones laborales o personales no pueden dedicarle el tiempo suficiente, y con el temor de dejarlos solos en casa aun sabiendo que son seres sociales, que necesitan mimos y juegos, nos hemos propuesto ser la distracción de esta mascota para hacer que el tiempo en el cual no ve a su amo no sea una tortura, y el amo pueda hacer sus actividades teniendo la confianza de que su compañero se encuentra bien.

Por otra parte, en el mercado local, las ofertas hacia los accesorios comidas y demás productos de cuidado para mascotas se han visto en aumento no solo en las veterinarias y Pet shops, si no también, en grandes superficies como hipermercados, y otras grandes superficies de la región, esto nos llevó a pensar que se necesitaba un servicio completo, fresco y práctico para los compañeros peludos. Indagamos sobre este tipo de servicio en la ciudad, y ninguno de ellos era formal, ni daba al usuario comodidad y tranquilidad de ver a su mascota.

Preguntado en veterinarias que tan seguido se requería este servicio, vimos que era más común de los que se pensaría, y por esto decidimos iniciar con un plan de negocio que diera tranquilidad y comodidad no solo a las mascotas, si no a sus familias también. Con apoyo de médicos veterinarios e investigaciones, empezamos con este proyecto, que poco a poco fue tomando vida, hasta convertirse en una idea nueva y quizás revolucionaria de negocio en nuestro mercado, grandes ciudades ya lo hacen e incluso presentan mucha más oferta

y demanda al respecto, por eso estamos seguros de ir por un buen camino. Visto todo esto se decidió investigar la viabilidad de un hotel para mascotas que ofreciera todos estos servicios e incluso algunos servicios más para la comodidad y satisfacción de los propietarios de mascotas.

8.1. MODELO DE CANVAS:

Figura No. 2 Modelo de Canvas ⁷



8.1.1. Propuesta de valor:

a. Novedad: En el municipio existen múltiples centros veterinarios que ofrecen diferentes tipos de servicios para las mascotas, pero aun así no existe ninguno que ofrezca el servicio de hospedaje para nuestros amigos caninos, por tal motivo sería una idea innovadora y un campo de negocio aun no explotado, adicionalmente se ofrecerán algunos de los servicios que ofrece un centro médico veterinario, junto con servicios de adiestramiento,

⁷ MODELO CANVAS PARA HACER NEGOCIOS

<http://www.formulaenlosnegocios.com.mx/modelo-canvas-para-hacer-negocios/> Diciembre 3 de 2018.

entretenimiento y los servicios más especializados se prestarán por medio de terceros.

- b. Ingreso:** Para la estadía en el hotel se deberá firmar una autorización en la cual el propietario acepta las condiciones y reglas de la estadía de su mascota, durante la firma del mismo, el propietario deberá presentar una copia para la clínica y llevar el carnet original de vacunas, donde también deberá ir especificado la última desparasitación y control de garrapatas que se le ha realizado.
- c. Facilitar el trabajo:** Se realizarán convenios con las principales clínicas de la ciudad con el fin de que éstas presten ciertos servicios a los huéspedes.
- d. Diseño:**

El hotel estará distribuido de la siguiente manera:

- **Habitaciones:** Serán habitaciones individuales para cada mascota y cada una de ellas tendrá todo lo necesario para su comodidad, esto incluye (cama, zona designada para la administración de alimentos, ventilación)
- **Zonas verdes:** Esta es la zona designada para los paseos de las mascotas y/o salidas para hacer sus necesidades para los cuales se determinarán ciertos horarios de salidas, dependiendo el carácter, la edad o las recomendaciones que deje el propietario. También contará con una piscina acondicionada para que los caninos disfruten de ella.
- **Zona de adiestramiento:** Se contará con el apoyo de un entrenador externo, al cual se le asignará un espacio y un horario al día para realizar los entrenamientos, bien sea con el propietario o sin él.
- **Spa-Peluquería:** A la zona de bella se le dará un espacio con acceso a tinas, zonas de secado y la zona de peluquería.

e. Precio:

El precio se determinó bajo los costos fijos y variables que se vieron reflejados, se dividió el costo variable entre el margen de contribución, adicionalmente aumentará el precio según el tamaño y comportamiento de la mascota, se dividirá en tamaños pequeños, medianos y grandes y tendrá un costo adicional cuando sean animales hiperactivos.

8.1.2. Segmento de clientes:

El segmento de clientes escogido fueron los estratos 3, 4, 5 y 6, hacia los cuales se enfocará principalmente el tipo de servicios que se ofrecerá en el hotel, pues este grupo de mercado está en la disposición y capacidad de acceder a los planes que se ofrecerán; siendo que no es solo una necesidad, sino que también se consideraría como un lujo para ese integrante especial de la familia.

8.1.3. Canales de distribución:

El canal de distribución que se implementará es de forma primaria, debido a que seremos una empresa que se encargará de un servicio, no requeriremos de intermediarios puesto que la atención será del hotel Vs el cliente, bien sea que se preste el servicio a domicilio o sea directamente en las instalaciones.

8.1.4. Relación con los clientes:

La primera persona que será la cara al cliente es la recepcionista la cual se encargará de ofrecer los planes de servicios que se ofrecerán en las instalaciones, tomar los datos de la mascota, del propietario, hacer firmar las autorizaciones, recibirá los implementos con los que el propietario dejará a su mascota tales como: Collares, alimentación, platos de comida, cobijas, juguetes, medicación y demás implementos que deseen llevar; posteriormente, según el plan que escoja el propietario se desplazarán a las diferentes áreas correspondientes.

8.1.5. Fuente de ingresos:

El inventario inicial se suplirá con un 70% de aportes de socios y un 30% en préstamo financiero a 36 meses.

8.1.6. Recursos Clave:

El hotel canino contará con un espacio de 200 m² en donde estará distribuido por las diferentes áreas: las habitaciones estarán adecuadas para cada uno de los caninos (grandes, medianos, pequeños, seniles, peludos), se encontrará un espacio para el Spa-Peluquería, Zonas verdes, Zona de obstáculos, piscina y oficinas administrativas en donde estarán ubicados los consultorios de atención para cualquier urgencia o atención primaria.

Se contará con el personal idóneo y capacitado en cada una de las áreas según sean las labores requeridas por éstas, constantemente se realizarán capacitaciones que permitan que los colaboradores estén actualizados en el sector de las mascotas, y con esto lograr tener un servicio de calidad; para la selección del personal se tendrán en cuenta unos altos estándares, tanto

en la buena atención al cliente, como en su capacidad de realizar correctamente las tareas asignadas para las cuales serán contratados.

8.1.7. Actividades Clave:

El objetivo principal del hotel siempre va a ser el ofrecer una buena relación entre el trabajador, el propietario y la mascota, la intención será transmitir a nuestros clientes un grado de confianza que nos permita crear una fidelización hacia el hotel. Se realizarán diferentes actividades para lograr captar la atención del cliente, tales como:

- Realizar publicidad por medio de redes sociales, tarjetas, volantes y voz a voz, para de este modo darnos a conocer a la sociedad.
- Programar actividades que permitan integración del propietario con su mascota y que a su vez permitan de forma indirecta realizar publicidad sobre las instalaciones y el servicio.
- Crear una página web en donde se plasme la estructura organizacional y los diferentes planes que se ofrecerán, además de encontrar servicios individuales y demás promociones y descuentos que se harán mes a mes.
- Realizar campaña de educación al propietario, para que tenga conocimiento de con qué frecuencia debe bañar a su mascota, cuál debe ser el plan vacunal a seguir, y otros datos como cuanto tiempo de ejercicio necesita su mascota al día, si se le está ofreciendo el espacio suficiente, si es mascota de pelo largo cada cuanto deberían realizar los cortes de pelo, con qué frecuencia deben ir a su médico de confianza para un chequeo general según la edad de la mascota.
- En ciertas fechas de cada mes realizar eventos acordes a alguna temática, bien sea del mes en cuestión o de algún tema de interés.

8.1.8. Socios Clave:

Tendremos sociedades con cierto tipo de empresas que permitirán crecimiento y el buen desarrollo de la empresa, entre ellas estará la alianza con una clínica veterinaria, en este caso con la clínica veterinaria SPEIDOMUS de Girardot la cual nos brindará los servicios de ecografías, radiografía, laboratorio clínico completo, servicio de cirugía, servicio de hospitalización y atención 24 horas. Por otro lado, para el servicio de alimentación se crearán alianzas con algunos de los principales distribuidores de alimentos tales como: GABRICA, PROANDINA, VIRBAC, AVICOLA y PURINA.

8.1.9. Estructura de Costos:

Los costos para el servicio del hotel están basados en la materia prima, alimentos, bebida de aguas tratadas, mano de obra (Nómina general), servicios públicos.

- Como uno de los servicios adicionales, está el Spa-Peluquería, el cual cuenta con unos costos de mano de obra, shampoo, peine, cortaúñas, tijeras, máquina de cortar, toalla, secador, cepillo.
- Otro de los servicios es el adiestramiento, en donde se define costo por paquete a una tercera persona.
- El costo del servicio de Urgencia es según el convenio al que se llegue con una entidad o una clínica veterinaria que ofrezca todos los servicios de laboratorios clínico, radiografías, ecografías, valoración especializada.

9. ANÁLISIS DE MERCADO

Martínez⁸ comenta que “la tenencia de mascotas no era ampliamente aceptada en Europa hasta finales del siglo XVII, y no era común en la clase media hasta finales del siglo XVIII. La tenencia de mascotas, en la forma que la conocemos hoy en día, es probablemente un invento victoriano del siglo XIX. En este momento era percibido como un vínculo con la naturaleza, el cual, por sí mismo, no era visto como una amenaza y al mismo tiempo permitía demostrar el dominio del hombre Sobre la naturaleza”.

La descripción del estudio de mercado realizado es con el fin de obtener información que ayude a la toma de decisiones del proyecto, el cual determinará si existe una demanda para ofrecer el servicio de hotel para perros en la ciudad de Girardot, también se definirá la oferta, los precios de venta, distribución y estrategias de comercialización.

Para el proyecto del hotel canino se diseñó una encuesta para obtener información de los dueños de las mascotas caninas y datos específicos de estas para plantear un portafolio de servicios que se adapten a las necesidades del mercado. La encuesta se aplicó a una muestra de 50 hogares pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 con el fin de determinar la demanda, oferta, características del servicio, precio y comercialización.

⁸ Martínez, A. V. (2007). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL PARA MASCOTAS TIPO 5 ESTRELLAS. 48.

9.1. CADENA DE VALOR

Figura No. 3: Cadena de valor del Hotel

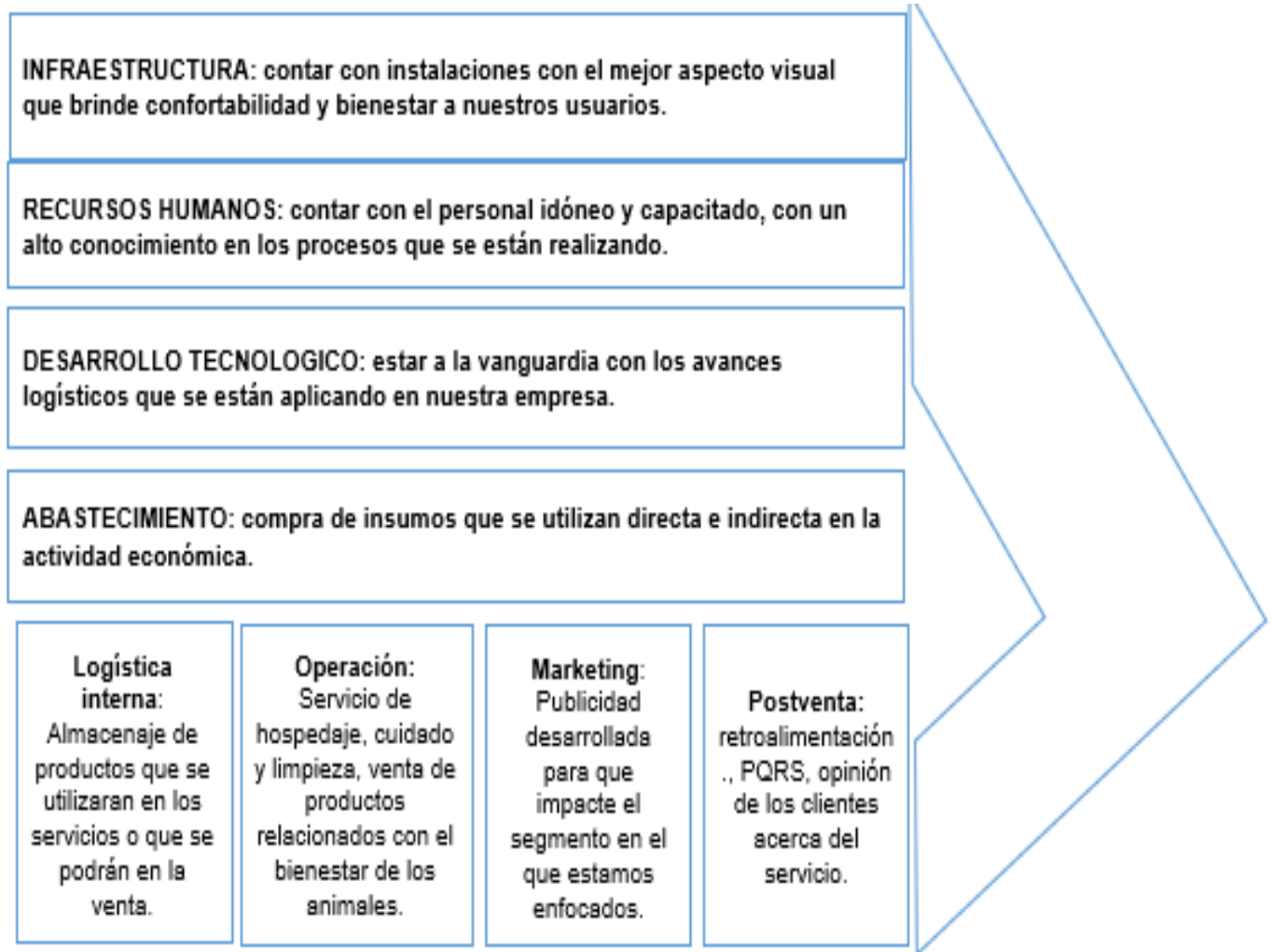
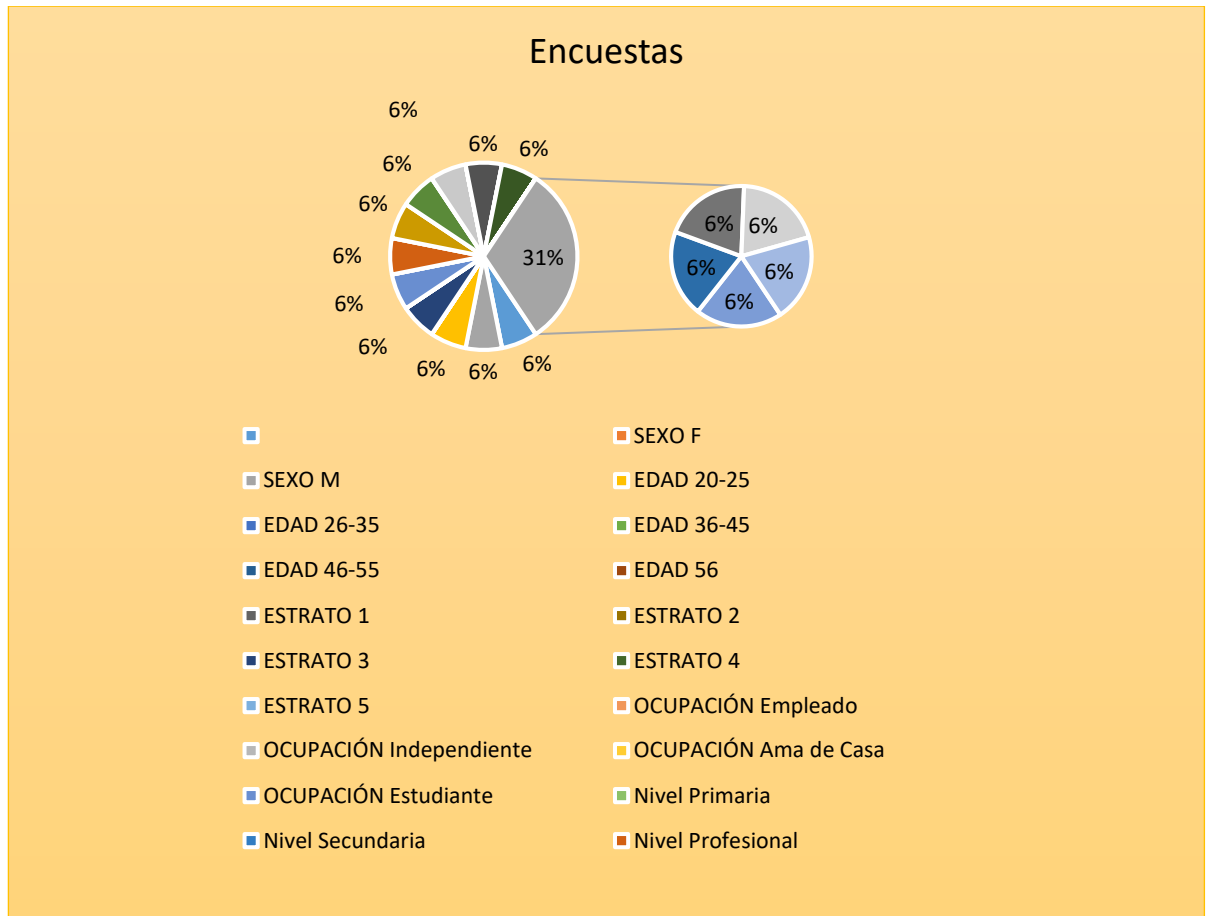


Figura No. 4: Encuesta



Fuente: Propios. Autoras: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas. Realizada el año 2019.

El 40.8% de los encuestados son personas entre 26 y 35 años, los cuales en su mayoría de estrato 3.

El 55% laboran y el 26% son estudiantes. La gran mayoría tienen grado de escolaridad y profesional.

El 97% tiene perro, mientras que el 93% está dispuesto a utilizar nuestros servicios. En cuanto a contratos el 42% utilizaría los servicios de Spa y Peluquería, el 24% lo haría con hospedaje y Recreación.

El 38% de las personas le encargaría el cuidado a un servicio especializado de sus mascotas por falta de tiempo y el 77% utilizaría el servicio de adiestramiento.

El precio se debe definir de la siguiente información: Las personas en común gastarían máximo \$100.000 mensualmente en hospedaje; en peluquería y spa \$40.000 y \$60.000; en adiestramiento y veterinaria \$100.000 para cada uno.

El medio preferido de darles a saber las ofertas, promociones y servicios es el correo e internet (Redes Sociales).

Como tal mercado competitivo no tenemos pues es un servicio (Hospedaje es el servicio principal) el cuál no se presenta en la ciudad de Girardot, pero según Cámara de Comercio de Girardot contamos con 64 veterinarias de las cuales el 50% maneja guardería, el cual sería en este caso el mayor competidor finalmente del proyecto.

10. ESTUDIO TECNICO

El proyecto requiere de características puntuales como: Cercanía a los barrios de estrato 3, 4, 5 y 6; facilidad de llegada y acceso; en zona rural del municipio; que genere el menor impacto posible sobre la población vecina y un área mínima de 200 m² con una pequeña casa para la parte administrativa. De acuerdo a estas características, se logró ubicar un predio en el Municipio, que logro satisfacer nuestras necesidades mencionadas anteriormente, se ubica en el barrio Blanco, con varias vías de acceso y lo más importante es que queda central. 1. Por la vía portachuelo. 2. Vía barrió blanco. 3. Vía Kennedy. Con unas vías que se encuentran en su mayoría en buen estado.

TIENDAS DE MASCOTAS Y VETERINARIAS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT

Tabla No. 1: Veterinarias

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	AÑO	DIRECCIÓN
CENTRO VETERINARIO ANIMAL HEALTH	2018	MANZANA 19 CASA 14 B/ KENNEDY
RAMIREZ PEÑA MARCOS EDINSON	2018	MANZANA 19 CASA 14 B/ KENNEDY
EL MUNDO DE RINGO	2018	CALLE 12 NO 8-36 B/ SAN MIGUEL
RUBIO RAMIREZ RUSBEL YOVANY	2018	CALLE 12 NO 8-36 B/ SAN MIGUEL
PEREZ DURAN ANGY FERNANDA	2018	CRA 12 NO 19-71 BARRIO SUCRE
CENTRO VETERINARIO DOGAT-HEALTH	2018	CARRERA 17A NO 19-16 B/ GAITAN
GOMEZ ARRIERO DANIEL ALEJANDRO	2018	CARRERA 17A NO 19-16 B/ GAITAN
DISTRIBUIDOR VETERINARIO GOLD	2018	CONDOMINIO PARQUE CENTRAL MZ M CASA 12
BAUTISTA CRUZ EDWARD ANDERS	2018	CONDOMINIO PARQUE CENTRAL MZ M CASA 12
ANIMALHIJOS	2018	MZ G CASA 6 CONJUNTO RESIDENCIAL ALICANTE 1
ARROYAVE RAMIREZ SILVIA ALEJANDRA	2018	MZ G CASA 6 CONJUNTO RESIDENCIAL ALICANTE 1
VARIEDADES PET SHOP MELAZA	2018	CASA 20 MANZANA 22 BRR KENNEDY
RIVEROS RAMIREZ RAQUEL LUCIA	2018	CASA 20 MANZANA 22 BRR KENNEDY
AGROVETERINARIA LA ONCE LD	2018	CALLE 11 No 8-28 B/ SAN MIGUEL
DUSSAN CASILIMAS DAYANA LORENA	2018	CALLE 11 No 8-28 B/ SAN MIGUEL
MEDIVET G & S	2018	CRA 5 NRO. 16 21 LC 1 BRR ALTO DEL ROSARIO
GAMA CALDERON MARIO ALEJANDRO	2018	CRA 5 NRO. 16 21 LC 1 BRR ALTO DEL ROSARIO
SERVI AGROPECUARIA SAN LUIS	2016	CALLE 4A No 19-21 B/ EL RECREO
ANNIMAL`S HOUSE	2017	AVENIDA 30 NRO. 7 B - 61 BRR LA MAGDALENA
RODRIGUEZ NIÑO CLAUDIA ALEXANDRA	2017	AVENIDA 30 NRO. 7 B - 61 BRR LA MAGDALENA

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	AÑO	DIRECCIÓN
CATS & DOGS PET SHOP	2018	MANZ 2 CASA 2 BARRIO SANTA ISABEL
MARTINEZ LUQUE KELLY MADELAINE	2018	MANZ 2 CASA 2 BARRIO SANTA ISABEL
MEDINA PARGA FELIX	2018	CALLE 20 N 4-57 PISO 2 BRR ALTO DEL ROSARIO
REGINA PESHOP	2018	CRA 12 NRO. 19-71 B/SUCRE
NUTRIMASCOTAS GIRARDOT	2018	CALLE 12 NO 10-37 B/SAN MIGUEL
NUTRIMASCOTAS GIRARDOT SAS	2018	CALLE 12 NO 10-37 BRR SAN MIGUEL
CLINICA VETERINARIA LA PRADERA	2017	CRA 16 NO. 18-66 B.LA ESTACION
MOLINA PEREZ DIANA ALEXANDRA	2017	CRA 16 NO. 18-66 B.LA ESTACION
VARIEDADES ABREU GIRARDOT	2016	CRA 11 NRO 22-14/16 BRR SUCRE
RONDON YOLANDA	2016	CRA 11 NRO 22-14/16 BRR SUCRE
VARON YASSO HELIODORO	2018	CALLE 18 NO 16-26 LOCAL 1 B/ESTACION
CLINICA VETERINARIA CUELLAR	2018	CALLE 19 NO. 5-17 B/ALTO DEL ROSARIO
CUELLAR AVILES DIEGO MAURICIO	2018	CALLE 19 NO. 5-17 B/ALTO DEL ROSARIO
PET SHOP HUELLITANIMAL	2018	CARRERA 20 NO. 7-33 B/ BUENOS AIRES
CONDE DIAZ JESUS NORBERTO	2018	CARRERA 20 NO. 7-33 B/ BUENOS AIRES
CLINICA VETERINARIA ZOO CENTER	2018	CALLE 18 N° 9-26 BRR CENTRO
ROJAS HUEJE DIANA CAROLINA	2018	CALLE 18 NO 9-26 BRR CENTRO
CLINICA VETERINARIA SPEI DOMUS	2018	CALLE 31 NO 7C-64 B/ BLANCO
PARRA MORENO NATALI ANDREA	2018	CLL 31 NO. 7C-64 B/BLANCO
VETERINARIA LA GRANJA DEL KENNEDY	2018	MANZANA 10 CASA 13 B/ KENNEDY
MEJIA GONZALEZ JESUS AUGUSTO	2018	MANZANA 10 CASA 13 B/ KENNEDY
CLINICA VETERINARIA ANNIMAL`S	2018	CALLE 18 NO 16-26 B/ ESTACION
DAKTARY AGROVETERINARIOS TODOTERRENO	2018	CL 20 NO 12-48 B/ SUCRE
GOMEZ CASTANEDA ALEJANDRA	2018	CL 20 NO 12-48 B/ SUCRE
TIENDA VETERINARIA MASCOTAS	2018	CL 14 NO 7-09 B/SAN MIGUEL
RAMIREZ RAMIREZ JAIME ALFONSO	2018	CL 14 NO 7-09 B/SAN MIGUEL
DANIEL BERMUDEZ IVAN FERNANDO	2018	CONJUNTO BELLO HORIZONTE ETAPA 2A CASA 21
CENTRO MEDICO VETERINARIO ANIMALANDIA	2018	CR 7 A NO. 32-29 BRR LA MAGDALENA
RAMIREZ ORTIZ LUZ STELLA	2018	CR 7 A NO. 32-29 BRR LA MAGDALENA
VIDA DE PERROS - CENTRO VETERINARIO	2018	CARRERA 9 N° 19-28/30 B/ GRANADA
MARTIN ABAUNZA GONZALO	2018	CARRERA 9 N° 19-28/30 B/ GRANADA

Fuente: Cámara de comercio Girardot

Se realiza visita a la Cámara de comercio para verificar si se encontraba algún hotel canino registrado o empresas de ese mismo mercado, encontramos que hoteles caninos como tal no hay ninguno registrado en la ciudad de Girardot, solo hay veterinaria, Pet shop y guardería por separado, pero todo unificado ninguno.

Tabla No. 2: Estructura de la Inversión Inicial del proyecto

ESTRUCTURA DE LA INVERSION INICIAL DEL PROYECTO

1- INVERSION EN ACTIVOS TANGIBLES		PRECIO	2- INVERSION EN ACTIVOS INTANGIBLES		PRECIO	
Adecuaciones del lugar		\$ 70.000.000	estudio técnico de factibilidad		\$ 1.300.000	
Equipos computo		\$ 7.000.000	gastos notariales		\$ 800.000	
equipos de cámaras de seguridad		\$ 15.000.000	capacitación		\$ 250.000	
Vehículos		\$ 42.000.000	software y licencias		\$ 3.000.000	
Equipos de oficina (impresoras, papelería, DVD, teléfonos etc.)		\$ 6.000.000	APP		\$ 1.000.000	
aire acondicionado		\$ 7.000.000	alarma		\$ 1.000.000	
muebles y enseres		\$ 20.000.000	TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES		\$ 7.350.000	
TOTAL ACTIVOS TANGIBLES		\$ 167.000.000	imprevistos		\$ 735.000	
3- CAPITAL DE TRABAJO		PRECIO	INVERSION TOTAL DEL PROYECTO			\$ 215.207.664
Inventario de productos necesarios para la prest servicio		\$ 4.435.315	RESUMEN INVERSION TOTAL DEL PROYECTO			
efectivo en bancos		\$ 20.000.000	CONCEPTO	MILES DE PESOS	PORCENTAJE	
sueldos de personal		\$ 13.922.349	ACTIVOS TANGIBLES	\$ 167.000.000	77,60	
publicidad		\$ 1.000.000	ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 7.350.000	3,42	
pago de servicios		\$ 1.500.000	CAPITAL DE TRABAJO	\$ 40.857.664	18,99	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 40.857.664	TOTAL	\$ 215.207.664	100	

Fuente: Docente Arturo Serrano.

En la inversión inicial podemos evidenciar que se requiere un monto total de \$215.207.664 para poder llevar a cabo el proyecto del Hotel Canino Holydays. Se proyectaron unos imprevistos por un valor de \$735.000 para cualquier eventualidad que pueda ocurrir en el transcurso del tiempo.

10.1. PLAN DE MARKETING

La situación externa del hotel canino es amplia, puesto que hay una oferta alta en el municipio de Girardot, se utilizarán diferentes recursos para lograr captar la aceptación del público, en especial la del segmento escogido. A continuación, se explicará el Marketing Mix que se va a implementar para lograr un posicionamiento favorable en la población:

10.1.1. PRODUCTO

El Hotel Holidays es un lugar donde los clientes podrán encontrar todos los servicios de la mejor calidad, brindándoles amor a cada uno de las macotas ya que se han convertido en un integrante más de la familia.

Figura No. 5: Logo



Fuente: Propios. Autoras: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas.

- **SERVICIO HOTEL:** el servicio de hospedaje es el primordial ya que queremos brindar un servicio de alta calidad con las mejores adecuaciones, con diferentes métodos de entretenimiento para que nuestros caninos estén en óptimas condiciones y así tener un cliente feliz.
- **SERVICIO SECUNDARIO:** Sera peluquería. spa la cual brindaremos la mejor estética, con una alta responsabilidad y minuciosidad en cada uno de los procesos que se realicen para el embellecimiento de nuestro canino.
- **EL SERVICIO SE ADIESTRAMIENTO Y URGENCIAS:** Estos servicios los obtendrá en el Hotel Holiday la cual serán tercerizados donde se le realizara un estudio a cada uno de los profesionales, para que cumplan con los requisitos para brindar el mejor servicio y así satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

10.1.2. PRECIO:

Para determinar el precio de los servicios hicimos un análisis de mercado, teniendo en cuenta que en la ciudad de Girardot encontramos diferentes organizaciones llamadas competencias, la cual manejan diferentes precios y los mismos servicios, el hotel Holidays será el que te ofrecerá con detalles específicos y personal altamente calificado y capacitado para el cuidado de los caninos. La cual tendremos como referencia las encuestas realizadas al segmento requerido en donde los encuestadores establecieron precios que estarían dispuestos a pagar, teniendo en cuenta cada una de las características del servicio que se ofrecerá para el cuidado de las mascotas.

10.1.3. PLAZA (CANAL DE DISTRIBUCION):

El canal de distribución será directa, con el fin de brindar un mejor servicio la cual tendremos todo el personal capacitado para realizar una atención de alta calidad la cual nos permitirá un mejor conocimiento de la mascota informándonos de la alimentación y esparcimiento de los caninos, obteniendo así confiabilidad de nuestros clientes, permitiéndole un recorrido por cada área del Hotel, donde tendrán

una experiencia y conocimiento de cómo será el cuidado y el compromiso con cada uno de los caninos para así obtener una fidelización con nuestros clientes.

10.1.4. PROMOCIÓN (COMUNICACIÓN):

La comunicación, la información y una buena atención con el cliente explicando cada uno de los procesos que se realicen en el hotel, conocimiento las instalaciones donde está su canino, esto nos permitirá acreditarnos y tener referidos.

Manejaremos diferentes promociones y reconocimientos, la cual el hotel tendrá en cuenta cada tipo de mascota como de cliente, donde en las fechas especiales recibirán un detalle ya sea emocional o físico, re ofrecerá combos, meses del – 50% de descuento, tardes de esparcimiento etc. donde nuestro mismo cliente será el encargado de traer más usuarios.

11. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH

11.1. MISIÓN

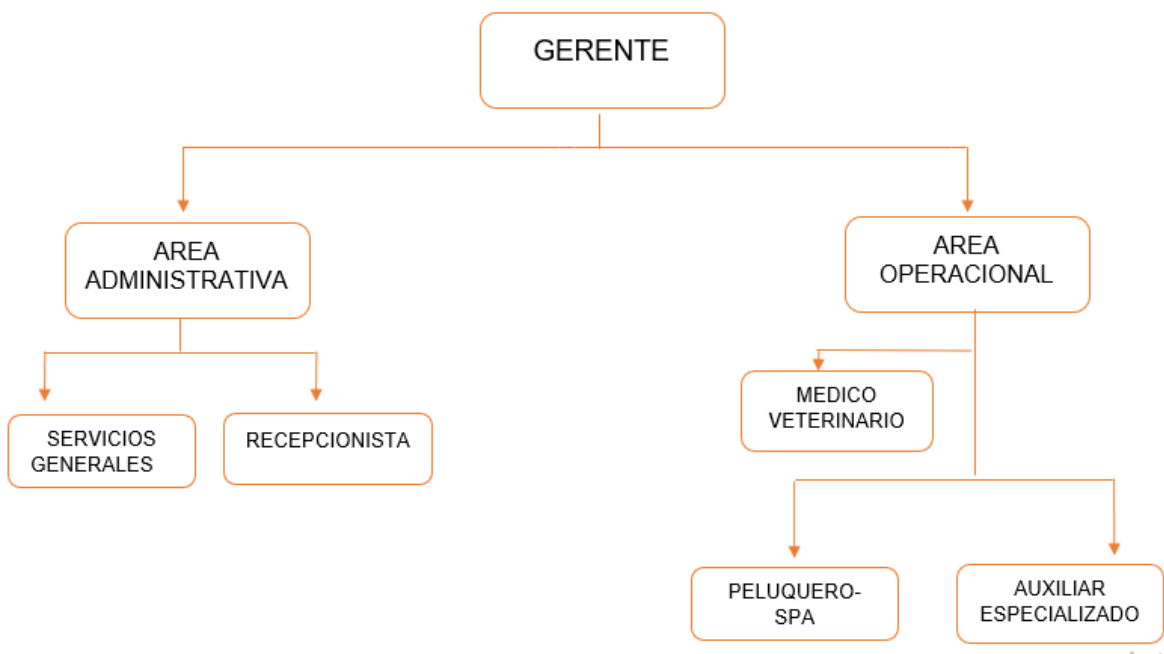
Brindar bienestar y experiencias entre las personas y sus mascotas con un servicio de alta calidad.

11.2. VISIÓN

Ser el hotel canino pionero en Girardot caracterizándose por la calidad y excelencia en los servicios brindados, dando la mayor tranquilidad a nuestros clientes.

11.3. ORGANIGRAMA

Figura No. 6: Organigrama



Fuente: Propios. Autoras: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas.

11.4. DESCRIPCION DE PUESTOS

Tabla No. 3: Médico Veterinario

NOMBRE DE LA EMPRESA:	HOTEL HOLIDAYS
PUESTO:	Médico Veterinario.
PERFIL:	La persona aspirante deberá contar con un nivel profesional, experiencia mínimo 1 año.
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:	ASISTENCIAL
OBJETIVO BASICO DEL PUESTO:	Contar con los recursos necesarios para la elaboración de las actividades.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • el médico veterinario será el encargado de recibir a los caninos. • realizarle una valoración adecuada a cada uno de los caninos. • verificar que las mascotas se encuentren en buenas condiciones. • prestar los servicios básicos de salud si la mascota lo requiere.
RECURSOS NECESARIOS PARA DESEMPEÑAR EL PUESTO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. escritorio, y silla cómoda. 2. equipo de computo 3. papelería. 4. camilla 5. estetoscopio, termómetro, guantes, linterna.
CONDICIONES DE TRABAJO:	Para desarrollar este procedimiento, se necesita un cuarto cómodo, con una iluminación adecuada.

Fuente: Administración Javier Benavides. Me Graw Hill.

Tabla No. 4 servicios Generales

NOMBRE DE LA EMPRESA:	Hotel Holidays
PUESTO:	Servicios generales
PERFIL:	La persona aspirante deberá de contar con estudios básicos de secundaria, sin experiencia.
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:	ADMINISTRATIVO
OBJETIVO BASICO DEL PUESTO:	Contar con los recursos básicos para poder desempeñar la labor.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • la persona deberá portar su uniforme correspondiente. • Deberá de tener en óptimas condiciones el establecimiento. • Deberá de tener cuidado en el momento de aplicar los elementos químicos.
RECURSOS NECESARIOS PARA DESEMPEÑAR EL PUESTO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escoba, trapero, recogedor. 2. Carrito de baldes 3. Cloro, limpiavidrios, aromatizante. 4. Guantes 5. Toallas
CONDICIONES DE TRABAJO:	El trabajo debe de ser desempeñado con los implementos necesarios para la limpieza del hotel.

Fuente: Administración Javier Benavides. Me Graw Hill.

Tabla No. 5: peluquero-SPA

NOMBRE DE LA EMPRESA:	Hotel Holidays
PUESTO:	Peluquero – spa
PERFIL:	El aspirante deberá de tener cursos y técnicas de peluquería canina, mínimo de experiencia 1 año.
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:	ASISTENCIAL
OBJETIVO BASICO DEL PUESTO:	Contar con todos los recursos necesarios para desempeñar las funciones.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • La persona deberá de tener el sitio en estado óptimo. • Deberá de instruirse a nuevas técnicas. • Deberá de tener cada uno de los implementos esterilizados.
RECURSOS NECESARIOS PARA DESEMPEÑAR EL PUESTO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tijeras, maquinas, secador, cepillos. 2. Tina de baño 3. Jabón, shampoo, toallas. 4. Cortaúñas
CONDICIONES DE TRABAJO:	Esta labor se debe de desempeñar en un lugar con buena iluminación y con los recursos necesarios.

Fuente: Administración Javier Benavides. Me Graw Hill.

Tabla No. 6: Administrador

NOMBRE DE LA EMPRESA:	HOTEL HOLIDAYS
PUESTO:	ADMINISTRADOR
PERFIL:	El aspirante deberá de contar con su tarjeta profesional, mínimo de experiencia 4 años.
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:	Gerente
OBJETIVO BASICO DEL PUESTO:	Contar con todos los recursos necesarios para desempeñar las funciones.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • velar que cada función se realice correctamente. • brindarles seguridad y tranquilidad a sus clientes. • llevar un control para cada servicio. • darle valor y confianza a cada uno de sus colaboradores.
RECURSOS NECESARIOS PARA DESEMPEÑAR EL PUESTO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. escritorio 2. silla cómoda 3. equipo de computo 4. papelería 5. un lugar cómodo y con buena iluminación.
CONDICIONES DE TRABAJO:	Deberá de contar con una oficina adecuada con los recursos necesarios para desempeñar sus funciones.

Fuente: Administración Javier Benavides. Me Graw Hill.

Tabla No. 7: Auxiliar especializado

NOMBRE DE LA EMPRESA:	HOTEL HOLYDAYS
PUESTO:	AUXILIAR ESPECIALIZADO
PERFIL:	El aspirante deberá contar con sus estudios necesarios, mínimo de experiencia 2 años.
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:	ASISTENCIAL
OBJETIVO BASICO DEL PUESTO:	Contar con todos los recursos necesarios para desempeñar las funciones.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • deberá de estar al pendiente de cada una de las mascotas hospedadas. • alimentara según su peso y tamaño • realizara caminatas por zonas verdes • hará distintos juegos a nuestros peludos
RECURSOS NECESARIOS PARA DESEMPEÑAR EL PUESTO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. pelotas didácticas, huesos de juguetes 2. piscina, peluches de entretenimiento.
CONDICIONES DE TRABAJO:	El hotel deberá de contar con zonas verdes realizar las actividades.

Fuente: Administración Javier Benavides. Me Graw Hill.

Tabla No. 8: Recepcionista- Vendedor

NOMBRE DE LA EMPRESA:	HOTEL HOLYDAYS
PUESTO:	RECEPCIONISTA – VENDEDOR
PERFIL:	aspirante con estudios de servicio al cliente mínimo de experiencia 1 año
UBICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN:	ADMINISTRATIVO
OBJETIVO BASICO DEL PUESTO:	Contar con todos los recursos necesarios para desempeñar las funciones.
RESPONSABILIDADES:	<ul style="list-style-type: none"> • la persona será la encargada de recibir cada huésped. • tomará cada uno de los datos necesario tanto de la mascota como el de su dueño. • realizara diferentes ventas que se den en la tienda • llamará a los dueños de las mascotas si en algún momento se requiere.
RECURSOS NECESARIOS PARA DESEMPEÑAR EL PUESTO:	<ol style="list-style-type: none"> 1. escritorio, silla cómoda, papelería 2. equipo de cómputo, uniformes 3. impresora, fotocopidora 4. espacio con buena iluminación.
CONDICIONES DE TRABAJO:	Excelente presentación personal, deberá de contar con los recursos para brindar un excelente servicio.

Fuente: Administración Javier Benavides. Me Graw Hill.

Con la elaboración de cada uno de estos cuadros Se puede evidenciar lo que requiere cada puesto de trabajo se muestra de forma detallada y específica, lo que necesita cada colaborador para desempeñar sus funciones de la mejor manera posible, se explica las responsabilidades que cada colaborador debe de desempeñar en la organización.

FORMA JURIDICA Y PLANIFICACIÓN DE LA PUESTA EN MARCHA

11.5. HABILITACIÓN PARA USO DE SUELO:

Con base en los requisitos para el correcto funcionamiento de los establecimientos de comercio regulado en las siguientes normatividades: Decreto 1469 de 2010 (Artículo 61- Numeral 2, Artículo 52-Numeral 6). “por el cual se reglamenta las disposiciones relativas a las licencias urbanísticas; al reconocimiento de edificaciones; a la función pública que desempeña los curadores urbanos y se expiden otras disposiciones”. Ley 388 de 1997 (Capítulo III, IV) “por la cual se modifica la ley 9 de 1989, y la ley 2 de 1991 y se dicta otras disposiciones”. Ley 1801 del 2016 el Código Nacional de Policía y Convivencia; es preciso elevar la solicitud ante la oficina de planeación municipal de Girardot de la solicitud de uso de suelo para el objeto social de la empresa. El concepto de uso de suelo es un dictamen escrito por medio del cual la oficina de planeación municipal informa al interesado sobre el uso o usos permitidos en un predio o edificación.⁹

11.6. SECRETARÍA DE SALUD:

Entidad rectora en salud, responsable de garantizar el derecho a la salud a través de un modelo de atención integral e integrada y la gobernanza, para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población; este componente se soporta en la competencia otorgada por la normatividad sanitaria, la cual asigna a la Secretaría de Salud la calidad de autoridad sanitaria en el territorio; este se desarrolla a través de visitas de inspección, vigilancia y control que se realizan rutinariamente a los establecimientos médico veterinario y afines; las visitas tienen como fin verificar que las condiciones higiénico sanitarias con las que cuentan dichos establecimientos son óptimas y que por lo tanto el servicio

⁹ TODO SOBRE EL CODICOCIIU (2012). <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-renovaciones/Todo-sobre-el-Codigo-CIIU>

que se ofrece en los mismos no representa un riesgo para la salud pública de la población.¹⁰

11.7. MANEJO DE RESIDUOS Y PLAN DE SANEAMIENTO BÁSICO

Para el manejo de residuos hospitalarios está la empresa PROYECTOS AMBIENTALES SAS E.S.P autorizada por el decreto 2676 de diciembre 22 del 2000 y recoge residuos tipo 0, 1, 2, 3, 4, 5, y 6. Dentro del establecimiento se debe contar con servicios públicos agua potable, vertimientos (lugar de disposición final de desechos), manejo de residuos sólidos y disposición de cadáveres. Para la disposición final de desechos hospitalarios se debe tener en cuenta que antes de que llegue la empresa encargada a recolectar estos desechos deben estar previamente colocados en las bolsas que corresponda y con su respectiva marcación.

Para mejor la comprensión del presente documento se presenta una lista de definiciones generales copiada del Decreto 1713 de 2002, el Reglamento de Agua y Saneamiento Básico - RAS 2000, el Decreto 2676 de 2000, el Decreto 1669 de 2002, Decreto 351 de 2014 compilado en el decreto 780 de 2016 y el Manual de Procedimientos para la gestión de Residuos Hospitalarios y Similares publicado en el 2002 por el Ministerio del Medio Ambiente, (Resolución 1164 de 2002).

- **Agente patógeno.** Es todo agente biológico capaz de producir infección o enfermedad infecciosa en un huésped.
- **Almacenamiento:** Acumulación o depósito temporal, en recipientes o lugares de los residuos sólidos de un generador o una comunidad, para su posterior recolección, aprovechamiento, transformación, comercialización o disposición final.

¹⁰INSPECCIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL DE ESTABLECIMIENTOS VETERINARIOS (2018). <http://biblioteca.saludcapital.gov.co/ambiental/index.shtml?s=j&v=35&p=21>

- **Aprovechamiento:** Proceso mediante el cual, a través de un manejo integral de los residuos sólidos los materiales recuperados se reincorporan al ciclo económico y productivo en forma eficiente, por medio de la reutilización, el reciclaje, la incineración con fines de generación de energía, el compostaje o cualquier otra modalidad que conlleve beneficios sanitarios, ambientales o económicos.
- **Bioseguridad:** Prácticas que tienen por objeto eliminar o minimizar el factor de riesgo que pueda llegar a afectar la salud o la vida de las personas o pueda contaminar el ambiente.
- **Caracterización de los residuos:** Determinación de las características cualitativas y cuantitativas de un residuo sólido, identificando contenidos y propiedades de interés con una finalidad específica.
- **Carga contaminante:** Cantidad de un determinado agente adverso al medio, contenido en un residuo sólido.
- **Cenizas:** Material sólido que permanece en la cámara de combustión o cae a través de las parrillas después que el procesamiento térmico se ha completado.
- **Clasificación:** Acción de separar el material recuperado de acuerdo con las normas técnicas y exigencias del mercado. Exige esta labor experiencia y calificación.
- **Combustible:** Materiales que pueden ser incinerados a una temperatura específica, en presencia de aire para liberar energía calorífica.

- **Combustión:** Combinación química de oxígeno con una sustancia, produciéndose calor y normalmente luz.
- **Compactación:** Proceso utilizado para incrementar el peso específico (densidad en unidades métricas) de materiales residuales para que puedan ser almacenados y transportados más eficazmente.
- **Contaminante:** Toda materia o energía en cualquiera de sus estados físicos o formas, que al incorporarse o actuar en la atmósfera, agua, suelo, flora o fauna, o cualquier elemento ambiental, altere o modifique su composición natural y degrade su calidad.
- **Contenedores presurizados:** Son los empaques presurizados de gases anestésicos, medicamentos, óxidos de etileno y otros que tengan esta presentación, llenos o vacíos.
- **Cuantificación:** Proceso mediante el cual se determina la proporción de cada uno de los componentes contenidos en los residuos sólidos.
- **Desactivación:** Método, técnica o proceso utilizado para transformar los residuos hospitalarios y similares peligrosos, inertizarlos si es el caso, de manera que se puedan transportar y almacenar de forma previa a la incineración o envío al relleno sanitario, todo ello con objeto de minimizar el impacto ambiental y en relación con la salud.
- **Desecho:** Término general para residuos sólidos excluyendo residuos de comida y cenizas sacados de viviendas, establecimientos comerciales e instituciones.

- **Disposición final de residuos sólidos peligrosos:** Actividad de incinerar en dispositivos especiales o depositar en rellenos de seguridad residuos peligrosos, de tal forma que no representen riesgo ni causen daño a la salud o al ambiente.
- **Disposición final de residuos:** Proceso de aislar y confinar los residuos sólidos en forma definitiva, efectuado por las personas prestadoras de servicios, disponiéndolos en lugares especialmente diseñados para recibirlos y eliminarlos, obviando su contaminación y favoreciendo la transformación biológica de los materiales fermentables, de modo que no representen daños o riesgos a la salud humana y al medio ambiente.
- **Entidad prestadora del servicio público domiciliario de aseo:** Persona natural o jurídica, pública, privada o mixta, encargada de todas, una o varias actividades de la prestación del servicio público domiciliario de aseo
- **Fármacos parcialmente consumidos, vencidos y/o deteriorados:** Son aquellos medicamentos vencidos, deteriorados y/o excedentes de sustancias que han sido empleadas en cualquier tipo de procedimiento, dentro de los cuales se incluyen los residuos producidos en laboratorios farmacéuticos de producción y dispositivos médicos que no cumplen los estándares de calidad, incluyendo sus empaques.
- **Generador:** Persona natural o jurídica que produce residuos hospitalarios y similares en desarrollo de las actividades, manejo e instalaciones relacionadas con la prestación de servicios de salud, incluidas las acciones de promoción de la salud, prevención de la enfermedad, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación; la docencia e investigación con organismos vivos o con cadáveres; los bioterios

y laboratorios de biotecnología; los cementerios, morgues, funerarias y hornos crematorios; los consultorios, clínicas, farmacias, centros de pigmentación y/o tatuajes, laboratorios veterinarios, centros de zoonosis, zoológicos, laboratorios farmacéuticos y de producción de dispositivos médicos.

- **Gestión:** Conjunto de los métodos, procedimientos y acciones desarrollados por la Gerencia, Dirección o Administración del generador de residuos hospitalarios y similares, sean estas personas naturales o jurídicas y por los prestadores del servicio de desactivación y del servicio público especial de aseo, para garantizar el cumplimiento de la normatividad vigente sobre residuos hospitalarios y similares.
- **Gestión Integral.** Conjunto articulado e interrelacionado de acciones de política normativas, operativas, financieras, de planeación, administrativas, sociales, educativas, de evaluación, seguimiento y monitoreo desde la prevención de la generación hasta el aprovechamiento, tratamiento y/o disposición final de los residuos, a fin de lograr beneficios sanitarios y ambientales y la optimización económica de su manejo respondiendo a las necesidades y circunstancias de cada región.
- **Gestión externa.** Es la acción desarrollada por el gestor de residuos peligrosos que implica la cobertura y planeación de todas las actividades relacionadas con la recolección, almacenamiento, transporte, tratamiento, aprovechamiento y/o disposición final de residuos fuera de las instalaciones del generador.
- **Ley 9 del 24 de enero de 1979** “Por la cual se dictan medidas sanitarias”.
- **Ley 373 del 6 de junio de 1997** “Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua”.

- **Resolución 189 de 1994:** En el que el Ministerio del Medio Ambiente define cuando un residuo puede catalogarse con características infecciosas, tóxicas, explosivas, corrosivas, inflamables, volátiles, combustibles, radiactivas o reactivas, además de listar las sustancias que confieren toxicidad a residuo
- **Decreto No. 1594 de 1984:** Este Decreto reglamentario del Código Nacional de Recursos Naturales desarrolla lo relacionado a los vertimientos de agua residual, determinando los límites de vertimiento de las sustancias de interés sanitario y ambiental, los permisos de vertimientos, estudios de impacto ambiental y procesos sancionatorios.
- **Decreto 2676 de diciembre de 2000:** Reglamenta la gestión integral de los residuos hospitalarios y similares, exigiendo el PGIRHS. Son competentes las Autoridades de Salud en la gestión interna y las Autoridades Ambientales en la gestión externa.
- **Decreto 2763 de diciembre de 2001:** Modifica el Decreto 2676 de 2000, en el cual se aumenta a un plazo de 8 meses para la implementación del Plan.
- **Decreto 1669 de agosto de 2002:** Modifica parcialmente el Decreto 2676 de 2000, en los artículos 2, 5, 6 y 7 incluyendo también en el alcance del decreto a los laboratorios farmacéuticos y productores de insumos médicos.
- **Resolución 1164 de noviembre de 2002:** Por la cual se adopta el Manual de Procedimientos para la Gestión Integral de los residuos hospitalarios y similares.
- **Decreto 1609 DE 2002 (julio 31)** por el cual se reglamenta el manejo y transporte terrestre automotor de mercancías peligrosas por carretera.

- **Decreto 4741 de diciembre de 2005:** Reglamenta parcialmente la prevención y manejo de los residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral.
- **Decreto 351 del 2014** compilado en el decreto 780 de 2016. “Por el cual se reglamenta la gestión integral de los residuos generados en la atención en salud y otras actividades”.
- **Resolución 631 de 2015.** Por la cual se establecen los parámetros y los valores límites máximos permisibles en los vertimientos puntuales a cuerpos de aguas superficiales y a los sistemas de alcantarillado público y se dictan otras disposiciones

12. PLANIFICACION ECONÓMICA-FINANCIERA

Tabla No. 9: Inventario General.

INVENTARIOS										
	TIPO	DESCRIPCION	PRECIO DE COMPRA	PRECIO VENTA	PRECIO VENTA REDONDEADO	GANANCIA	GANANCIA DESPUES DE REDONDEAR	CANTIDADES COMPRADAS	COSTO	
Alimentos	Max Premium	Max adulto raza pequeña de pollo x2 kg	\$ 22.417	\$ 25.780	\$ 25.800	\$ 3.363	\$ 3.383	5	\$ 112.085	
		Max cachorro de pollo x2 kg	\$ 23.688	\$ 27.241	\$ 27.200	\$ 3.553	\$ 3.512	5	\$ 118.440	
		max adulto raza grande de pollo x2 kg	\$ 22.564	\$ 25.949	\$ 25.900	\$ 3.385	\$ 3.336	5	\$ 112.820	
	Max Especial	Max raza pequeño especial pollo x1 kg	\$ 11.525	\$ 13.254	\$ 13.300	\$ 1.729	\$ 1.775	5	\$ 57.625	
	Equilibrio	Equilibrio adulto raza pequeño x500 gr	\$ 10.904	\$ 12.540	\$ 12.500	\$ 1.636	\$ 1.596	5	\$ 54.520	
		Equilibrio cachorro raza pequeño x500 gr	\$ 12.520	\$ 14.398	\$ 14.400	\$ 1.878	\$ 1.880	5	\$ 62.600	
		Equilibrio adulto raza pequeña x2 kg	\$ 37.270	\$ 42.861	\$ 42.900	\$ 5.591	\$ 5.630	3	\$ 111.810	
		Equilibrio cachorro raza pequeño x2 Kg	\$ 42.335	\$ 48.685	\$ 48.700	\$ 6.350	\$ 6.365	3	\$ 127.005	
	Hills	Hills puppy small-Toy breed x4,5 Lb	\$ 42.843	\$ 49.269	\$ 49.300	\$ 6.426	\$ 6.457	2	\$ 85.686	
		Hills adulto small-Toy breed x4,5 Lb	\$ 46.494	\$ 53.468	\$ 53.500	\$ 6.974	\$ 7.006	3	\$ 139.482	
		Hills puppy small bites x4,5 Lb	\$ 50.193	\$ 57.722	\$ 57.700	\$ 7.529	\$ 7.507	2	\$ 100.386	
		Hills adulto small bites x5 Lb	\$ 46.001	\$ 52.901	\$ 52.900	\$ 6.900	\$ 6.899	2	\$ 92.002	
	Naturally	Naturally adulto raza pequeña x2 Kg	\$ 32.995	\$ 37.944	\$ 37.900	\$ 4.949	\$ 4.905	3	\$ 98.985	
		Naturally cachorro x2Kg	\$ 32.448	\$ 37.315	\$ 37.300	\$ 4.867	\$ 4.852	2	\$ 64.896	
		Naturally adulto raza grande x2 Kg	\$ 31.079	\$ 35.741	\$ 35.700	\$ 4.662	\$ 4.621	2	\$ 62.158	
	Guaumor	Guaumor cachorro x2 Kg	\$ 12.023	\$ 13.826	\$ 13.800	\$ 1.803	\$ 1.777	6	\$ 72.138	
		Guaumor adulto x2 Kg	\$ 15.500	\$ 17.825	\$ 17.800	\$ 2.325	\$ 2.300	7	\$ 108.500	
	Bebida	Agua 20 Lts	Agua Brisa x 20 Lts	\$ 8.000	\$ 9.200	\$ 9.200	\$ 1.200	\$ 1.200		
			Agua Cristal x 20 Lts	\$ 8.000	\$ 9.200	\$ 9.200	\$ 1.200	\$ 1.200		

INVENTARIOS									
	TIPO	DESCRIPCION	PRECIO DE COMPRA	PRECIO VENTA	PRECIO VENTA REDONDEADO	GANANCIA	GANANCIA DESPUES DE REDONDEAR	CANTIDADES COMPRADAS	COSTO
		Paracaídas mediano	\$ 11.000	\$ 15.400	\$ 15.400	\$ 4.400	\$ 4.400	4	\$ 44.000
		Paracaídas grande	\$ 13.000	\$ 18.200	\$ 18.200	\$ 5.200	\$ 5.200	4	\$ 52.000
		lazo mosquetón delgado	\$ 8.000	\$ 11.200	\$ 11.200	\$ 3.200	\$ 3.200	4	\$ 32.000
		Lazo ahogó delgado	\$ 6.125	\$ 8.575	\$ 8.600	\$ 2.450	\$ 2.475	4	\$ 24.500
		Lazo mosquetón grueso	\$ 8.000	\$ 11.200	\$ 11.200	\$ 3.200	\$ 3.200	4	\$ 32.000
	Moños-Corbatines	Moños de colores	\$ 1.000	\$ 1.400	\$ 1.400	\$ 400	\$ 400	30	\$ 30.000
		Pechera con corbatín xs	\$ 10.220	\$ 14.308	\$ 14.300	\$ 4.088	\$ 4.080	5	\$ 51.100
		Pechera con corbatín s	\$ 12.959	\$ 18.143	\$ 18.100	\$ 5.184	\$ 5.141	3	\$ 38.877
	Camisas	Camisa selección XS	\$ 8.500	\$ 11.900	\$ 11.900	\$ 3.400	\$ 3.400	5	\$ 42.500
		Camisa selección S	\$ 10.400	\$ 14.560	\$ 14.600	\$ 4.160	\$ 4.200	2	\$ 20.800
		Camisa selección M	\$ 12.500	\$ 17.500	\$ 17.500	\$ 5.000	\$ 5.000	2	\$ 25.000
		Camisa selección L	\$ 14.400	\$ 20.160	\$ 20.200	\$ 5.760	\$ 5.800	4	\$ 57.600
	bozal	Bozal plástico pequeño	\$ 7.000	\$ 9.800	\$ 9.800	\$ 2.800	\$ 2.800	7	\$ 49.000
		Bozal canasta pequeña	\$ 12.000	\$ 16.800	\$ 16.800	\$ 4.800	\$ 4.800	3	\$ 36.000
		Bozal canasta grande	\$ 15.000	\$ 21.000	\$ 21.000	\$ 6.000	\$ 6.000	3	\$ 45.000
		Bozal tipo tubo	\$ 5.643	\$ 7.900	\$ 7.900	\$ 2.257	\$ 2.257	7	\$ 39.501
	Platos	Comedero huella mediana	\$ 2.900	\$ 4.060	\$ 4.100	\$ 1.160	\$ 1.200	5	\$ 14.500
		Comedero huella grande	\$ 4.930	\$ 6.902	\$ 6.900	\$ 1.972	\$ 1.970	3	\$ 14.790
		Comedero caracol pequeño	\$ 5.674	\$ 7.944	\$ 7.900	\$ 2.270	\$ 2.226	4	\$ 22.696
		Comedero caracol grande	\$ 7.269	\$ 10.177	\$ 10.200	\$ 2.908	\$ 2.931	2	\$ 14.538

INVENTARIOS									
	TIPO	DESCRIPCION	PRECIO DE COMPRA	PRECIO VENTA	PRECIO VENTA REDONDEADO	GANANCIA	GANANCIA DESPUES DE REDONDEAR	CANTIDADES COMPRADAS	COSTO
		Comedero metal mediano	\$ 12.800	\$ 17.920	\$ 17.900	\$ 5.120	\$ 5.100	2	\$ 25.600
		Comedero metálico mediano	\$ 8.900	\$ 12.460	\$ 12.500	\$ 3.560	\$ 3.600	2	\$ 17.800
		Comedero anti hormigas	\$ 14.900	\$ 20.860	\$ 20.900	\$ 5.960	\$ 6.000	2	\$ 29.800
		Comedero antideslizante	\$ 12.697	\$ 17.776	\$ 17.800	\$ 5.079	\$ 5.103	2	\$ 25.394
	Juguetes	Pelota sensorial pequeña	\$ 11.180	\$ 15.652	\$ 15.700	\$ 4.472	\$ 4.520	3	\$ 33.540
		Pelota sensorial grande	\$ 12.000	\$ 16.800	\$ 16.800	\$ 4.800	\$ 4.800	3	\$ 36.000
		Pelota maciza pequeña	\$ 7.666	\$ 10.732	\$ 10.700	\$ 3.066	\$ 3.034	3	\$ 22.998
		Pelota maciza grande	\$ 10.166	\$ 14.232	\$ 14.200	\$ 4.066	\$ 4.034	3	\$ 30.498
		juguete sapo felpa	\$ 12.413	\$ 17.378	\$ 17.400	\$ 4.965	\$ 4.987	3	\$ 37.239
		Juguete peludo oso	\$ 15.244	\$ 21.342	\$ 21.300	\$ 6.098	\$ 6.056	2	\$ 30.488
		Zanahoria grande	\$ 13.210	\$ 18.494	\$ 18.500	\$ 5.284	\$ 5.290	2	\$ 26.420
		Juguede cerdo crazy	\$ 17.500	\$ 24.500	\$ 24.500	\$ 7.000	\$ 7.000	2	\$ 35.000
	huesos	Huesos carnaza de 5-6	\$ 12.050	\$ 16.870	\$ 16.900	\$ 4.820	\$ 4.850	4	\$ 48.200
		Huesos carnaza de 6-7	\$ 14.050	\$ 19.670	\$ 19.700	\$ 5.620	\$ 5.650	4	\$ 56.200
	Snack	Dental fresh	\$ 5.130	\$ 7.182	\$ 7.200	\$ 2.052	\$ 2.070	3	\$ 15.390
		Training	\$ 4.730	\$ 6.622	\$ 6.600	\$ 1.892	\$ 1.870	3	\$ 14.190
	Pañales	Pañales XS	\$ 600	\$ 840	\$ 800	\$ 240	\$ 200	50	\$ 30.000
		Pañales S	\$ 600	\$ 840	\$ 800	\$ 240	\$ 200	50	\$ 30.000
		Pañales M	\$ 960	\$ 1.344	\$ 1.300	\$ 384	\$ 340	30	\$ 28.800
	Tapetes de entrenamiento	Tapetes de entrenamiento	\$ 857	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 343	\$ 343	10	\$ 8.570

INVENTARIOS									
	TIPO	DESCRIPCION	PRECIO DE COMPRA	PRECIO VENTA	PRECIO VENTA REDONDEADO	GANANCIA	GANANCIA DESPUES DE REDONDEAR	CANTIDADES COMPRADAS	COSTO
	Cepillos- Peines	Capillo desenredante	\$ 13.500	\$ 18.900	\$ 18.900	\$ 5.400	\$ 5.400	2	\$ 27.000
		Peinilla mediana	\$ 6.000	\$ 8.400	\$ 8.400	\$ 2.400	\$ 2.400	4	\$ 24.000
		Peinilla metalica doble cara	\$ 5.399	\$ 7.559	\$ 7.600	\$ 2.160	\$ 2.201	2	\$ 10.798
		Peine removedor de pelo suelto	\$ 25.630	\$ 35.882	\$ 35.900	\$ 10.252	\$ 10.270	2	\$ 51.260
		Peine antipulgas	\$ 13.090	\$ 18.326	\$ 18.300	\$ 5.236	\$ 5.210	2	\$ 26.180
	Línea de aseo	Shampoo Sobre	\$ 3.000	\$ 4.200	\$ 4.200	\$ 1.200	\$ 1.200	20	\$ 60.000
		Shampoo 200 MI	\$ 13.362	\$ 18.707	\$ 18.700	\$ 5.345	\$ 5.338	5	\$ 66.810
	Jabones para baño	Asuntol medicado	\$ 5.900	\$ 8.260	\$ 8.300	\$ 2.360	\$ 2.400	7	\$ 41.300
		Asuntol sábila	\$ 8.970	\$ 12.558	\$ 12.600	\$ 3.588	\$ 3.630	4	\$ 35.880
	Splash-Perfumes	Cachorros 125 MI	\$ 16.065	\$ 22.491	\$ 22.500	\$ 6.426	\$ 6.435	4	\$ 64.260
		Hembras 125 MI	\$ 16.065	\$ 22.491	\$ 22.500	\$ 6.426	\$ 6.435	4	\$ 64.260
	Baños secos	Baño seco espuma 120 MI	\$ 18.800	\$ 26.320	\$ 26.300	\$ 7.520	\$ 7.500	3	\$ 56.400
	Peluquería	Cortaúñas	\$ 16.000	\$ 22.400	\$ 22.400	\$ 6.400	\$ 6.400	2	\$ 32.000
		Tina	\$ 400.000	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 160.000	\$ 160.000	1	\$ 300.000
		Tijeras	\$ 2.000	\$ 2.800	\$ 2.800	\$ 800	\$ 800	4	\$ 8.000
		Máquina de cortar	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 10.000	\$ 10.000	2	\$ 50.000
		Estropajo	\$ 2.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 1.000	\$ 1.000	5	\$ 12.500
		Ventiladores	\$ 40.000	\$ 56.000	\$ 56.000	\$ 16.000	\$ 16.000	3	\$ 120.000
		Toalla	\$ 17.000	\$ 23.800	\$ 23.800	\$ 6.800	\$ 6.800	5	\$ 85.000
		Mesa	\$ 50.000	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 20.000	\$ 20.000	2	\$ 100.000

INVENTARIOS									
	TIPO	DESCRIPCION	PRECIO DE COMPRA	PRECIO VENTA	PRECIO VENTA REDONDEADO	GANANCIA	GANANCIA DESPUES DE REDONDEAR	CANTIDADES COMPRADAS	COSTO
		Secador	\$ 250.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	1	\$ 250.000
		cepillos	\$ 50.000	0	\$ 0	0	\$ 0	2	\$ 100.000
		TOTAL	\$ 1.871.253	\$ 2.072.554	\$ 2.072.600	\$ 501.301	\$ 501.347	439	\$ 4.435.315

Fuente: Propios. Autoras: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas.

En la tabla de inventario podemos analizar que no tendremos un inventario abundante, lo que se va a vender es según los posibles requerimientos del cliente, se puede evidenciar que el total del inventario es de \$4.435.315. no se tendrá inventario en stop, puesto que será rotativo y tendremos la disponibilidad de 2 veces por semana el proveedor para ir pidiendo lo que se va agotando.

Con Esta estrategia tratamos de garantizar que los productos tengan mayor rotación y así evitar tener un stop muy amplio en el inventario, evitando así a futuro fechas de vencimiento y/o averías.

Tabla No. 10: Nómina

PAGO DE NOMINA															
cantidad	CARGO	SUELDO O BÁSICO	DIAS LABORADOS	DEVENGADOS			DEDUCCIONES				VACACIONES				COSTO TOTAL EMPLEADO
				SALARIO	AUXILIO DE TRANSP.	TOTAL	SALUD 8.5%	PENSION 12%	A.R.P. 0.522 %	PARAFIS. 9%	CESANTIAS 8.33%	INTERES 12%	PRIMA 8.33%	VACACIONES 4.17%	
1	Médico veterinario	\$ 1.500.000	30	\$ 1.500.000	\$ 97.032	\$ 1.597.032	\$ 127.500	\$ 180.000	\$ 7.830	\$ 135.000	\$ 124.950	\$ 180.000	\$ 124.950	\$ 62.550	\$ 2.539.812
1	auxiliar especializado (cuidador)	\$ 900.000	30	\$ 900.000	\$ 97.032	\$ 997.032	\$ 76.500	\$ 108.000	\$ 4.698	\$ 81.000	\$ 74.970	\$ 108.000	\$ 74.970	\$ 37.530	\$ 1.562.700
1	Administrador	\$ 1.600.000	30	\$ 1.600.000	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 136.000	\$ 192.000	\$ 8.352	\$ 144.000	\$ 133.280	\$ 192.000	\$ 133.280	\$ 66.720	\$ 2.605.632
2	repcionista - vendedor	\$ 808.000	30	\$ 808.000	\$ 97.032	\$ 905.032	\$ 68.680	\$ 96.960	\$ 4.218	\$ 72.720	\$ 67.306	\$ 96.960	\$ 67.306	\$ 33.694	\$ 2.825.752
1	peluquero spa	\$ 900.000	30	\$ 900.000	\$ 97.032	\$ 997.032	\$ 76.500	\$ 108.000	\$ 4.698	\$ 81.000	\$ 74.970	\$ 108.000	\$ 74.970	\$ 37.530	\$ 1.562.700
2	servicios generales	\$ 808.000	30	\$ 808.000	\$ 97.032	\$ 905.032	\$ 68.680	\$ 96.960	\$ 4.218	\$ 72.720	\$ 67.306	\$ 96.960	\$ 67.306	\$ 33.694	\$ 2.825.752
TOTAL				6.516.000	485.160	7.001.160	553.860	781.920	34.014	586.440	542.783	781.920	542.783	271.717	13.922.349

Fuente: Propia basada en modelo financiero de Diego Edison Quiroga, Docente Universidad de Cundinamarca

En la tabla anterior tendremos el pago a cada uno de los colaboradores la cual tendrán un pago justo según su cargo, su profesión y su experiencia laboral, brindándoles todas las prestaciones de ley y así obtendrán una mejor calidad de vida. De esta manera se sentirán a gusto, y tendrán sentido de permanencia con la organización y desempeñarán sus labores de la mejor calidad y disposición.

Tabla No. 11: Depreciación

TABLA DE DEPRECIACION			
DENOMINACION	VALOR ACTIVO	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL
Adecuaciones del lugar	\$ 70.000.000	5	\$ 14.000.000
Equipos computo	\$ 7.000.000	5	\$ 1.400.000
Equipo cámaras de seguridad	\$ 15.000.000	5	\$ 3.000.000
Equipos de oficina (impresoras etc.)	\$ 6.000.000	5	\$ 1.200.000
Aire acondicionado	\$ 7.000.000	5	\$ 1.400.000
Vehículo	\$ 42.000.000	10	\$ 4.200.000
Muebles y enseres	\$ 20.000.000	8	\$ 2.500.000
TOTAL	\$ 147.000.000		\$ 27.700.000

Fuente: Docente Arturo Serrano

En la tabla de depreciación evidenciamos el valor total de activos es de \$147.000.000, cada una de los recursos que se van a ir perdiendo valor en el transcurso del tiempo de 5 y 10 años.

Tabla No. 12: amortización

AMORTIZACION DE INTANGIBLES			
Denominación	VALOR	Años de amortización	Amortización
Estudio técnico de factibilidad	\$ 1.300.000	5	\$ 260.000
Gastos notariales	\$ 800.000	5	\$ 160.000
Capacitación	\$ 250.000	5	\$ 50.000
Software y licencias	\$ 3.000.000	5	\$ 600.000
APP	\$ 1.000.000	5	\$ 200.000
Alarma	\$ 1.000.000	5	\$ 200.000
AMORTIZACION ANUAL.	\$ 6.350.000		\$ 1.470.000

Fuente: Docente Arturo Serrano

SERVICIOS:

Tabla No. 13: Servicio del Hotel

HOTEL – PRINCIPAL		
DESCRIPCION	DATO BASE	POR DIA
MATERIA PRIMA - ALIMENTOS + BEBIDA		\$ 5.588
Alimento Concentrado x 200 grs	\$ 5.008	
Alimento Snack x 1 Unidad	\$ 100	
Bebida Agua tratada x 1200 ml	\$ 480	
MANO DE OBRA - NOMINA GENERAL	\$ 13.922.349	\$ 25.429
CIF - SERVICIOS PUBLICOS	\$ 18.000.000	\$ 49.315
	TOTAL COSTO	\$ 74.744
	TOTAL USUARIO	\$ 104.642
	GANANCIA	\$ 29.898

Fuente: Propios. Autores: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

En la tabla de anterior se ofrece el servicio brindándoles a los clientes un paquete el cual viene estipulado lo que se le dará a la mascota en cantidades según su peso y las veces al día que será alimentado para su cuidado según las recomendaciones del dueño de la mascota. durante la estadía en el servicio queremos que los clientes se sientan a gusto con el servicio que se está ofreciendo para así fidelizar y ser el mejor en la ciudad de Girardot, se le explicara al cliente que actividades recreativas van incluidas dentro del valor establecido.

Tabla No. 14: SPA- PELUQUERIA

SPA - PELUQUERIA			
DESCRIPCION	POR MES	POR HORAS	
PELUQUERO	\$ 1.050.000	\$ 13.125	
SHAMPOO	\$ 3.000	\$ 38	
PEINE	\$ 13.500	\$ 169	
CORTAÑAS	\$ 16.000	\$ 160	
TIJERAS	\$ 2.000	\$ 20	
MAQUINA DE CORTAR	\$ 25.000	\$ 250	
TOALLA	\$ 17.000	\$ 170	
SECADOR	125000	1250	
CEPILLO	\$ 50.000	\$ 500	
	TOTAL COSTO	\$ 15.681	
	TOTAL USUARIO	\$ 50.000	\$ 60.000
	GANANCIA	\$ 34.319	\$ 44.319
RAZA PEQUEÑA		50000	
RAZA MEDIANA Y GRANDE		60000	

Fuente: Propios. Autores: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

En esta tabla podemos evidenciar los recursos que se necesitaran para brindar un servicio de la mejor calidad vemos reflejados el total de costos del servicio la cual se verá reflejado cual será la utilidad por cada servicio, la persona que estará a cargo del servicio estará capacitado para desempeñar su labor de forma responsable y satisfactoria brindándole así seguridad y tranquilidad al cliente de que su mascota se encontrara en las mejores manos. De esta manera se podrá tener un cliente feliz y fidelizado.

Tabla No. 15: URGENCIAS

URGENCIAS			
DESCRIPCIÓN	COSTO	VENTA	UTILIDAD
VALORACIÓN	\$ 60.000	\$ 80.000	\$ 20.000
CUADRO HEMATICO	\$ 8.000	\$ 20.000	\$ 12.000
RADIOGRAFIA	\$ 35.000	\$ 45.000	\$ 10.000
ECOGRAFIA	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 25.000
PANEL ELECTROLITICO	\$ 40.000	\$ 55.000	\$ 15.000
SERVICIO URGENCIAS	\$ 168.000	\$ 250.000	\$ 82.000

Fuente: Propios. Autores: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

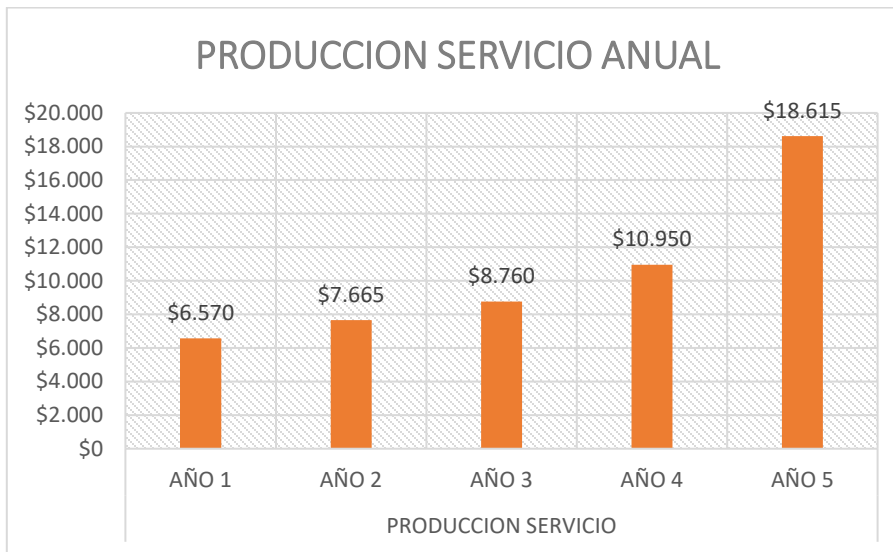
El servicio de urgencias se tendrá disponible en el hotel el cual será tercerizado haciendo un minucioso estudio de que será lo mejor para el cliente en el horario que las mascotas lo requieran este servicio así no sea propio del hotel se garantizará que sea una atención de calidad para la satisfacción de los clientes.

Tabla No. 16: Producción por año.

PRODUCCION SERVICIO POR AÑO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$6.570	\$7.665	\$8.760	\$10.950	\$18.615

Fuente: Propios. Autores: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

Figura No. 7: Producción servicio anual.



Fuente: Propios. Autores: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

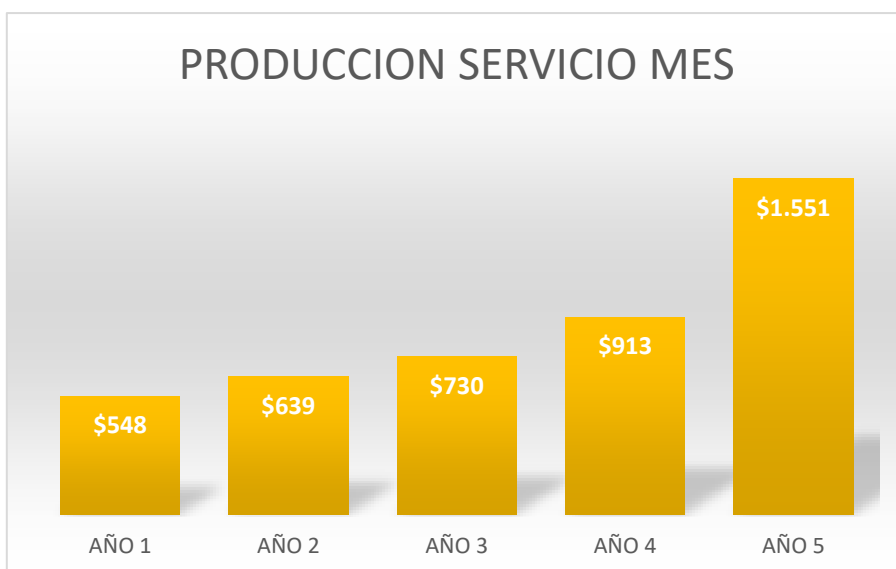
Con el anterior cuadro y grafica se puede evidenciar cuantos servicios se deben de realizar por año durante los 5 años proyectados en la que se puede verificar que año tras años los servicios irán incrementando.

Tabla No. 17: Producción por mes.

PRODUCCION SERVICIO POR MES				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$548	\$639	\$730	\$913	\$1.551

Fuente: Propios. Autores: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

Figura No. 8: Producción servicio mensual.



Fuente: Propios. Autores: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

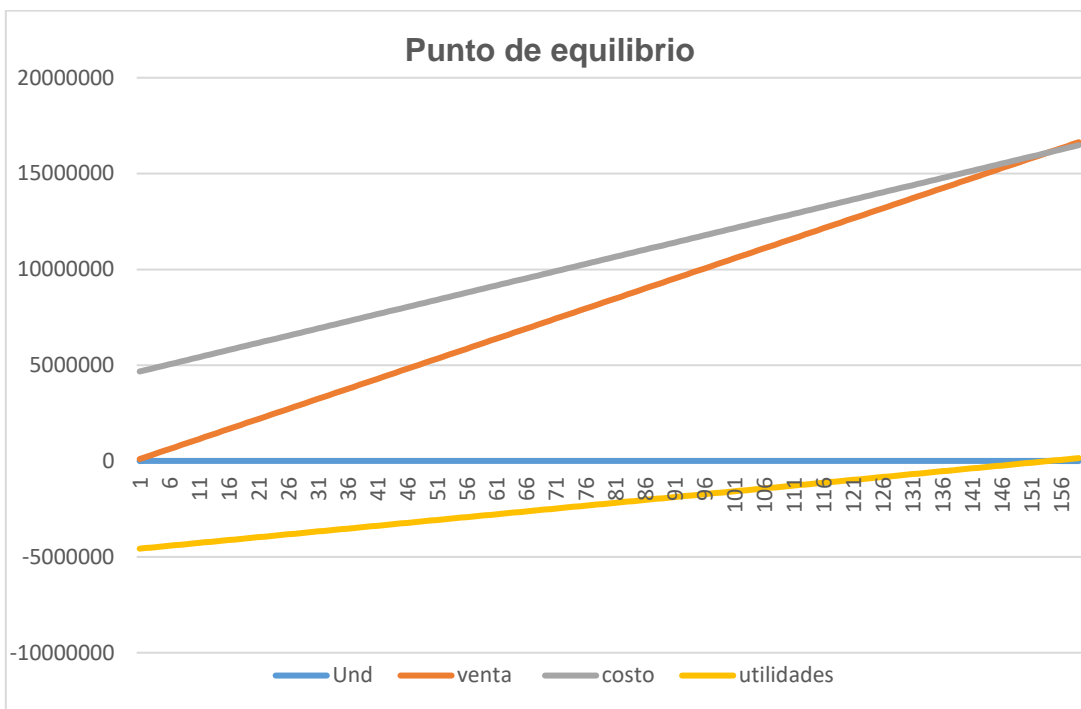
Con el anterior cuadro y grafica se puede evidenciar cuantos servicios se deben de realizar por mes durante el año, en la que se puede verificar que año tras años los servicios irán incrementando.

Tabla No. 18: PUNTO DE EQUILIRBIO

Punto de equilibrio servicio de hotel canino			
Costos fijos	\$ 4.600.000	Margen de contribución	29%
Costo variable	\$ 74.744		
Precio	\$ 104.642		
PE	154	PE \$	\$ 1.314.286
Utilidad	-		

Fuente: Propio. Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

Figura No. 9: Punto de equilibrio



Fuente: Propio. Luisa Álvarez y Brigitte Vargas

En el punto de equilibrio se puede ver reflejado cuando la línea de costo es representada del color gris esta se cruza con la línea de ventas que está representada de color naranja, este cruce es efectuado en el servicio número 154.

Ademas en la grafica podemos apreciar una línea de color amarillo que representa las utilidades, se reflejan valores negativos antes del servicio número 154 y en el servicio número 154 da 0 demostrando que este servicio es el punto de equilibrio.

Tabla No. 19: Flujo de caja

PROYECTO " HOTEL CANINO"						
INFORMACION GENERAL						
DESCRIPCION DE CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPACIDAD SERVICIO		21.900	21.900	21.900	21.900	21.900
PLAN DE PRODUCCION (OCUPACION PROMEDIO ANUAL)		30%	35%	40%	50%	85%
PRODUCCION EN SERVICIOS		6.570	7.665	8.760	10.950	18.615
OCUPACION PROMEDIO MES		548	639	730	913	1.551
PRECIO POR SERVICIOS		\$ 104.642	\$ 104.642	\$ 104.642	\$ 104.642	\$ 104.642
COSTO POR SERVICIO		\$ 74.744	\$ 74.744	\$ 74.744	\$ 74.744	\$ 74.744
		18	21	24	30	52
INVERSION INICIAL	\$ 215.207.664					
INGRESOS		1	2	3	4	5
Ingresos por la venta de servicios		\$ 687.495.457	\$ 802.078.033	\$ 916.660.610	\$ 1.145.825.762	\$ 1.947.903.795
Otros ingresos						
TOTAL INGRESOS		\$ 687.495.457	\$ 802.078.033	\$ 916.660.610	\$ 1.145.825.762	\$ 1.947.903.795
EGRESOS						
COSTO FIJO (20% DEL COSTO)		\$ 98.213.637	\$ 114.582.576	\$ 130.951.516	\$ 163.689.395	\$ 278.271.971
COSTO VARIABLE (80%)		\$ 392.854.547	\$ 458.330.305	\$ 523.806.063	\$ 654.757.578	\$ 1.113.087.883
SUB TOTALCOSTOS DE PRODUCCION		\$ 491.068.184	\$ 572.912.881	\$ 654.757.578	\$ 818.446.973	\$ 1.391.359.854
GASTOS DE ADMINISTRACION(arriendo- servicios p.)		\$ 42.000.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000	\$ 42.000.000
GASTOS DE VENTAS (5%)Ventas		\$ 34.374.773	\$ 40.103.902	\$ 45.833.030	\$ 57.291.288	\$ 97.395.190
ABONO A CAPITAL		\$ 30.129.073	\$ 30.129.073	\$ 30.129.073	\$ -	\$ -
VALOR INTERES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEPRECIACION		\$ 27.700.000	\$ 27.700.000	\$ 27.700.000	\$ 27.700.000	\$ 27.700.000
AMORTIZACION		\$ 1.470.000	\$ 1.470.000	\$ 1.470.000	\$ 1.470.000	\$ 1.470.000
TOTAL EGRESOS		\$ 626.742.029,45	\$ 714.315.855,54	\$ 801.889.681,63	\$ 946.908.260,90	\$ 1.559.925.043,52
UAI-UTILIDAD OPERACIONAL ANTES	-\$ 215.207.663,64	\$ 60.753.427,70	\$ 87.762.177,81	\$ 114.770.927,91	\$ 198.917.501,02	\$ 387.978.751,74
Impuestos (30%)		\$ 18.226.028	\$ 26.328.653	\$ 34.431.278	\$ 59.675.250	\$ 116.393.626
UTILIDAD NETA		\$ 42.527.399	\$ 61.433.524	\$ 80.339.650	\$ 139.242.251	\$ 271.585.126
UTILIDAD EBITDA		\$ 89.923.427,70	\$ 116.932.178	\$ 143.940.928	\$ 228.087.501	\$ 417.148.752
FLUJO NETO DE CAJA OPERATIVO	-\$ 215.207.663,64	\$ 89.923.427,70	\$ 116.932.177,81	\$ 143.940.927,91	\$ 228.087.501,02	\$ 417.148.751,74

INVERSION INICIAL	\$ 215.207.663,64		
TASA DE INTERES	6%		
N. DE PERIODOS	5		
VPN	\$464.060.386,02	VPI	\$ 4.495.261.494,17
TIR	47,4%	VPE	\$ 3.815.993.444,50
RELACION B/C	1,18		
PR(PERIDO DE RECUPERACION)	1,27		
CAUE	\$ 110.166.265,22		
TPR	5,6%		
TMAR	18%		

Fuente: Docente Arturo Serrano.

El proyecto es viable, debido a que la TIR es del 47,4% lo cual significa que la Tasa interna de retorno es superior a la TMAR puesto que ésta equivale al 18%, es decir que la TIR es dos veces mayor que la TMAR, los inversionistas estarían ganando el doble o casi el triple de lo invertido. Por otro lado, con la relación Beneficio- Costo obtendríamos por cada peso que gastamos 1,18 pesos, es decir si la totalidad de los costos son de un \$1'000.000 se lograría de utilidad \$180.000. Para concluir el periodo de recuperación es de 1,27 lo cual arrojó que se lograría recuperar la inversión en un año y 3 meses aproximadamente.

Tabla No. 19: Financiación INV. INICIAL

FINANCIACION DE LA INVERSION INICIAL		
APORTES DE SOCIOS	30%	\$ 64.562.299
CREDITO	70%	\$ 150.645.365
INTERESES	9%	
TIEMPO	60 meses	

Fuente: Docente Arturo Serrano.

Para poder llevar a cabo este proyecto se utilizará un 70% a crédito debido que no se cuenta con los recursos necesarios para iniciar con la ejecución del mismo, la cual se realizó un estudio en diferentes bancos con el fin de realizar el crédito con la entidad que tuviera una menor tasa de interés, el otro 30% fue el aporte de socios la cual fueron ahorros que se tenían programados para poder ejecutar este proyecto. La cual fue financiado a 60 meses que representa 3 años para ejecutar el pago de dicha obligación.

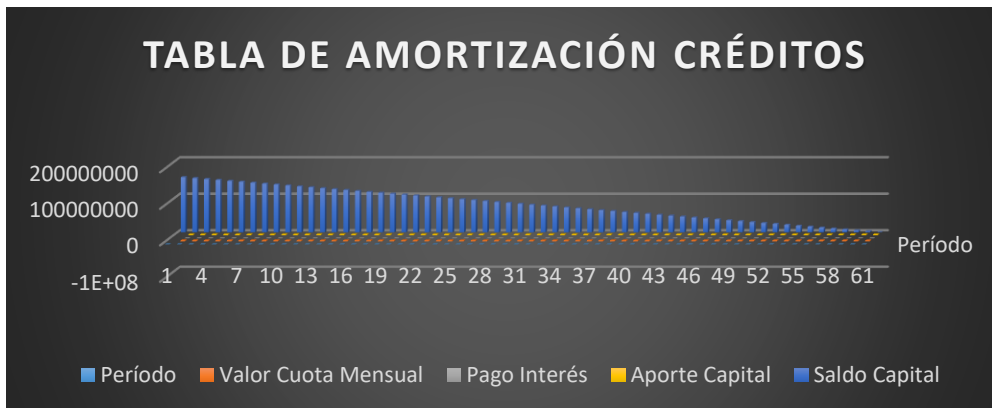
Tabla No. 20: Amortización Crédito.

Tabla de Amortización Crédito			
Descripción	Tasa de Interés	Plazo	Valor Total
Préstamo Banco	9,00%	60	\$ 150.645.365
Total			\$ 150.645.365

tiempo	intereses	amortización de la deuda
AÑO 1	\$ -	\$ 30.129.073
AÑO 2	\$ -	\$ 30.129.073
AÑO 3	\$ -	\$ 30.129.073
AÑO 4	\$ -	\$ 30.129.073
AÑO 5	\$ -	\$ 30.129.073

Fuente: Propios. Autoras: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas.

Figura No. 10: Amortización de crédito



Fuente: Propios. Autoras: Luisa Álvarez y Brigitte Vargas.

13. POSIBLES RIESGOS Y PROBLEMAS:

Para mitigar los posibles riesgos vamos a tener un plan de seguridad estricto sobre la vigilancia constante que se les realizará a los huéspedes, además de esto las instalaciones tendrán unas adecuaciones especiales para evitar accidentes. La limpieza general tendrá una programación diaria y la fumigación está programada para realizarse cada 3 meses.

14.IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO.

14.1. SOCIAL y Cultural:

El impacto social de este proyecto tendrá un efecto positivo siendo que éste generará no solo un bien para las familias que adquieran el servicio, sino que al mismo tiempo ayudará a la mejoría económica de muchas otras familias, a las cuales se les brindará empleo y estabilidad económica, viéndolo hacia un futuro, serán más los beneficiarios pues el fin de éste es tener un crecimiento a nivel departamental.

14.2. ECONÓMICO:

La creación del hotel de mascotas provocará un impacto positivo para el municipio de Girardot, puesto que en este no existe un sitio dedicado al cuidado de mascotas, por lo cual tendrá un acogimiento positivo tanto social como económico generando nuevos empleos e ingresos de efectivo de turistas mejorando la tasa interna económica.

14.3. AMBIENTAL:

El hotel canino Holidays tendrá un impacto ambiental positivo al disponer sus residuos dando cumplimiento a la normatividad ambiental vigente, evitando que estos lleguen a fuentes hídricas o a lugares inadecuados, generando contaminación de riesgo biológico. Tomar caracterización de vertimientos anuales a fin de demostrar la no contaminación de fuentes hídricas. El hotel contará con zonas verdes ayudando a la conservación del medio ambiente al contribuir en la disminución de los gases de efecto invernadero. Por otro lado, el hotel contará con un gestor para el manejo integral de plagas el cual deberá presentar en su propuesta, que utilizan productos amigables con el medio ambiente.

15. CONCLUSIONES

El proyecto se ha enfocado en brindar un servicio para los caninos de la comunidad en general con un segmento para los estratos 3, 4, 5 y 6, resulta interesante en todos los aspectos, especialmente cuando se pudo determinar que existe una demanda real de personas que desean usar los servicios del hotel canino y que es mucho mayor el número de clientes potenciales en la región. Los servicios a ofrecer por el hotel canino, más utilizados por nuestros encuestados corresponden a el servicio de guardería, peluquería y veterinaria, ya que las cincuenta personas encuestadas dijeron estar dispuestas a utilizar este servicio. El hotel canino manejará precios competitivos y un excelente servicio a la comunidad, los cuales estarán al alcance de los propietarios de los peludos. Se contará con una excelente ubicación, ya que será central, ubicado en el Barrio Blanco, en el Municipio de Girardot, tendrá un gran terreno con una extensión de 200 m², con una casa y suficiente espacio para realizar zonas de juegos, zona de belleza, zonas verdes, zona de piscina, todos estos espacios son para compartir y hacer nuevos amigos. La estrategia de promoción y publicidad del hotel canino, se divulgará en todos los medios que tenemos a nuestro alcance como es el internet-red social, radio, televisión, volantes y la voz a voz de nuestros clientes satisfechos con la prestación del servicio.

16. Bibliografía

- Acosta, K. C. (24 de MAYO de 2012). *BLOGO SFERA EOI*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>
- Alzate, A. T. (Marzo de 1999). *B Digital UNAL*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/57900/1/teoriageneraldesistemas.pdf>
- BARRIOS DE VALLE LIZETH, M. R. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL PARA MASCOTAS(PERROS Y GATOS) EN LA CIUDAD DE CARTAGENA*. Obtenido de [file:///C:/Users/jegue/Downloads/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACION%20DE%20UN%20HOTEL%20PARA%20MASCOTAS%20\(%20PERROS%20Y%20GATOS\)%20%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20CARTAGENA.pdf](file:///C:/Users/jegue/Downloads/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACION%20DE%20UN%20HOTEL%20PARA%20MASCOTAS%20(%20PERROS%20Y%20GATOS)%20%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20CARTAGENA.pdf)
- BOGOTA, C. D. (2012). *CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA*. Obtenido de Todo sobre el código CIU.: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-Codigo-CIU>
- Clinicaraza. (s.f.). *CLINICARAZA*. Obtenido de https://www.clinicaraza.com/hotel_para_mascotas
- Espinosa, L. M. (16 de 12 de 2014). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/ocio/conozca-los-hoteles-cinco-estrellas-en-donde-puede-dejar-a-sus-mascotas-2203241>
- FENALCO. (2015). *FENALCO*. Obtenido de FENALCO: <http://www.fenalco.com.co/contenido/5868>
- Garcia-Allen, J. (s.f.). *Psicología y mente* . Obtenido de <https://psicologiymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>
- Leon, P. (2015). *Calameo*. Obtenido de <https://es.calameo.com/books/004627261c1d0c801dcae>
- Martinez, A. V. (2007). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL PARA MASCOTAS TIPO 5 ESTRELLAS*. 48.
- SALUD, S. D. (2018). *Inspección, Vigilancia y Control de establecimientos*. Obtenido de <http://biblioteca.saludcapital.gov.co/ambiental/index.shtml?s=j&v=35&p=21>