16

FECHA	17 de Junio de 2021

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
BIBLIOTECA
Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Ubate
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de grado
FACULTAD	Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Contador Público

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Panche Orduña	Karen Dayana	1003648108
Tambo Sanchez	Angie Jiceth	1075683123

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Arevalo Sierra	Daniel Humberto

TÍTULO DEL DOCUMENTO
Estudio de factibilidad para la creación de un Hotel Canino en el Municipio de Ubaté

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
Contador Público

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
17 de Junio de 2021	105

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1 Alojamiento	1 Accommodation
2 Guarderia	2 Kindergarten
3 Peluquria	3 Hairdressing
4 Spa	4 Spa
5 Transporte	5 Transport
6 Veterinaria	6 Veterinary

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

RESUMEN: La presente monografía se centra en un estudio de factibilidad para la creación de un hotel canino en el municipio de Ubaté Cundinamarca, basado en el reconocimiento sobre la demanda de caninos por los hogares pertenecientes a la provincia, en la cual se escogió un mercado potencial comprendido por los estratos 2,3,4 y 5. En este sentido, se pretende generar un reconocimiento dentro de la población en tan amplio mercado con la prestación de servicios complementarios entre los cuales se identifican: hospedaje spa/peluquería, guardería, y transporte puerta a puerta evitando el traslado de los amos en búsqueda del servicio a contratar. Se pretende que la ubicación del hotel sea en la vereda Getsemaní con el fin de que las mascotas cuenten con espacios campestres que permitan realizar actividades de recreación en las cuales puedan liberar el estrés, compartir con otros animales de la misma especie previniendo con ello enfermedades complementando el servicio con terapias basadas en características específicas del huésped, lo cual permita un mejor acoplamiento del canino durante su estadía evitando que presienta la ausencia de su amo. Para determinar la viabilidad del presente proyecto se realizaron diferentes estudios en los cuales se logra evidenciar que dentro de la provincia nace la necesidad de encontrar un lugar dedicado al cuidado esencial del amigo fiel, con precios asequibles a la población objeto de estudio ABSTRACTt: This monograph is a feasibility study for the creation of a canine hotel in the municipality of Ubaté Cundinamarca, based on the recognition of the demand for canines by households belonging to the province, in which a potential market comprised by the Strata 2,3,4 and 5. It is intended to generate recognition within the population in such a wide market with the provision of complementary services among which they identify; lodging spa / hairdresser, nursery, and door-to-door transportation avoiding the transfer of masters in search of the service to hire.It is intended that the location of the hotel is in the Getsemaní path so that pets have country spaces that allow recreational activities in which they can release stress, share with other animals of the same species, thereby preventing diseases, complementing the service with therapies based on specific characteristics of the host, which allows a better coupling of the canine during its stay, preventing it from sensing the absence of its masterIn order to determine the viability of this project, different studies were carried out in which it is possible to show that within the province there is a need to find a place dedicated to the essential care of the faithful friend, with affordable prices for the population under study.

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

ALCALDÌA DE UBATÈ. “Plan De Desarrollo Municipal 2020-2023 Una Nueva Ubaté”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/GcgkM>ALVAREZ DELGADO, Luisa y VARGAS SERRANO, Brigitte. Estudio de factibilidad parala creación de un hotel de mascotas especializado, en la ciudad de Girardot. Bogotá: Universidad de Cundinamarca. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Pregrado en Administración de Empresas. 2019. p.9.ANDALUCIA EMPRENDE. Fundación Pública Andaluza. Veterinaria para mascotas. [en línea]. Andalucía – España: El sitio [citado 6, febrero, 2021]Disponible en Internet: < URL: http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/?q=es/guia/cl%C3%ADnica-veterinaria-para-mascotasARIAS, Enrique. Análisis de Sensibilidad. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-sensibilidad.htmlBLURADIO. Zootaxi. transporte puerta a puerta. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/umjcnCANES CLUB HOUSE. Servicios Canes Club. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://ranchokanperrosfelices.com/guarderia-y-hotel/> COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Decreto 2483 (28, diciembre, 2018). por medio del cual se compilan y actualizan los marcos técnicos de las Normas de Información Financiera NIIF para el Grupo 1 y de las Normas de Información Financiera, NIIF para las Pymes, Grupo 2, anexos al Decreto 2420 de 2015, modificado por los Decretos 2496 de 2015, 2131 de 2016 y 2170 de 2017, respectivamente, y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso, 2018.p.6. Decreto 410 (27, marzo, 1971). Por el cual se expide el Código de Comercio. Bogotá: El Congreso, 1971. p. 3. Ley 140. (23, junio, 1994). Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. Bogotá, 1994.p.1
Ley 1429. (29, diciembre, 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Bogotá, 2010.p.1.
Ley 527. (19, agosto, 1999). Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Bogotá, 1999.p.1.
Ley 576. (15, febrero, 2000). Por la cual se expide el Código de Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia <sic>. Bogotá,2000. p.1Ley 590. (10, julio, 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa". Bogotá, 2000.p.1.Ley 84. (27, diciembre 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. Bogotá, 1989.p.1.CÒRDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogotá:

Eco ediciones, 2011.p.CORVO, Helmut. Teoría del Mercado”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/SgZNeCRUZ ROJA. Centro Canino Guardería. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.cruzrojabogota.org.co/guarderia-canina>DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Censo Nacional de Poblacional y Vivienda. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/sociedad/cnpv-2018/
DAZA ROJAS, Lina y GARCÍA URIBE, Angélica. Manual de gestión de residuos clínicos generados en veterinarias de Bogotá. Bogotá. Universidad Militar Nueva Granada. Especialización En Planeación Ambiental y Manejo Integral De Los Recursos Naturales).2019. p.45.DOGBUDDY. Te presentamos el alojamiento de perros en un lugar acogedor. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://es.dogbuddy.com/alojamiento-de-perros>ECHEVERRIA MARTINEZ, David. Diseño de un plan de negocio para la creación de una guardería para el cuidado y la atención de caninos en la ciudad de Valledupar. Bucaramanga: Universidad de Santander. Facultad de Ciencias Exactas Naturales y Agropecuarias. Pregrado Médico Veterinario y Zootecnista. 2020.p.12.ENTREPRENEUT. Servicio de transporte para mascotas. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.entrepreneur.com/article/291697>GERENCIE. Activos Intangibles. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/activos-intangibles.html#:~:text=Las%20NIIF%20definen%20al%20activo,esperan%20fluyan%20beneficios%20econ%C3%B3micos%20futuros>Capital de Trabajo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL:https://n9.cl/05x5b>Concepto o definición de activo fijo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/concepto-o-definicion-de-activo-fijo.html>Estado de flujos de efectivo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/8ieuu> Fuentes de Usos y Recursos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/determinacion-y-explicacion-de-las-fuentes-y-usos.html Punto de Equilibrio. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/ymx3u>
GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. “Bicentenario de la Independencia de Cundinamarca”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021].Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/ryzFJ>
Plan Departamental de Desarrollo 2020-2024 “Cundinamarca Región Que Progresa”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/QGgAh>GÓMEZ, Giovanny. Estados Financieros Proforma. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gestiopolis.com/estados-financieros-pro-forma/#autores>HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, María del Pilar. Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill Education, 2014.p.168IMPLIKA. La peluquería canina estética y salud para tu perro. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/c1RgG>IMPULSA. Presupuesto de Operaciones. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.sistemaimpulsa.com/blog/que-es-un-presupuesto-de-operaciones/>JAIMES OLIVEROS, Luisa. BARRETO SANCHEZ, Julieth y MONROY SEPULVEDA, Richard. Estudio de Factibilidad para la creación de un hotel para mascotas caninas en la ciudad de Cúcuta: Cúcuta: Universidad Libre. Pregrado en Ingeniería Industrial.2017. p.11.LA RED ZOOCIAL. Es Su Mascota Un miembro Más de su Familia. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/es-su-mascota-un-miembro-mas-de-su-familia/>MARIN HERRERA, Katherine y PANTOJA MELO, Yuliana. Plan de negocios para una guardería de perros en la vereda Filo Bonito de Pereira. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira Pregrado en Ingeniería Industrial. 2020.p.8.MASCOTAS FOYEL. Spa para mascotas, la moda de estos últimos tiempos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/s7sx>MINISTERIO DE SALUD. Tenencia Responsable de Mascotas [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Tenencia-responsable-de-mascotas.aspx>MIS ANIMALES. Como escoger un buen hotel para perros. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL:https://misanimales.com/escoger-hotel-perros/>MONTENEGRO ALDANA, Jessica y ROMERO RODRÍGUEZ, Astrid. Estudio de Viabilidad para la creación de un espacio exclusivo para perros en la ciudad de Bogotá. Bogotá: Universidad del Bosque. Pregrado en Ingeniería Industrial. 2019.p.8.NACIONES UNIDAS. Objetivos de Desarrollo Sostenible. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/?fbclid=IwAR3H4dkHZw6odYtS4p7S8BoCoR2nOLGvXMtZPVGa6CqDZUD-o2CqoJtZjqI>NUBIKA. Spa para perros tu mascota más relajada que nunca. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: <https://n9.cl/r0g3f0>OF LABORATORY ANIMAL RESOURCES COMMISION ON LIFE SCIENCES NATIONAL RESEARCH COUNCIL. Guía para el cuidado y uso de los animales de laboratorio. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.nap.edu/read/10929/chapter/1>OKVET. Medicina Veterinaria. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://okvet.co/que-es-una-veterinaria/>OLIVER, Diana. “Residencias Para Mascotas”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.webconsultas.com/mascotas/cuidado-de-la-mascota/peluquerias-caninas-mucho-mas-que-esteticaPERRONALIDAD. Tienda Perronalidad. [en línea]. Antioquia: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://perronalidad.com.co/>PETSONIC. Los Perros también Pueden Sufrir Depresión. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 21, septiembre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.petsonic.com/blog/los-perros-tambien-pueden-sufrir-depresion/>RANCHO KAN PERROS FELICES. Reinventándonos frente a los desafíos para ayudar a las mascotas. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 21, septiembre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://ranchokanperrosfelices.com/guarderia-y-hotel/>RAULINO SILVA. Hotel Canino y Felino. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.archdaily.co/co/932052/hotel-canino-y-felino-raulino-silva>REVISTA EMPRESARIAL & LABORAL. El mercado de las mascotas en Colombia crece un 13%. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://revistaempresarial.com/industria/grafica/el-mercado-de-las-mascotas-en-colombia-crece-un-13/>REVISTA PETMI. Necesidades de un perro para ser feliz. [en línea]. Guatemala: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL : https://revistapetmi.com/necesidades-de-un-perro-para-ser-feliz/>REVISTA SEMANA. El confinamiento motiva a adoptar y a comprar mascotas a los colombianos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.semana.com/empresas/articulo/compra-y-adopcion-de-mascotas-en-colombia-durante-la-cuarentena/299722/>RIQUELME, Matías. Teoría de la ventaja competitiva. [en línea]. Bogotá: El Autor [citado 6, febrero, 2021].

Disponible en Internet: < URL: https://www.emprendices.co/teoria-la-ventaja-competitiva/>SNAU. “Servicio de Perros a Domicilio y a tu Medida. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.snau.es/hotel-perros-que-es-tipos>

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una “X”:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento, medio físico, electrónico y digital	x	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional con motivos de publicación, en pro de su consulta, vicivilización académica y de investigación.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, *“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”*, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. SI NO x .

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(hemos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.

j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.

Nota:
Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del trabajo.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Estudio de factibilidad para la creación de un hotel canino en el municipio de Ubaté.pdf	Texto

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Panche Orduña Karen Dayana	Karen Panche.
Tambo Sanchez Angie Jiceth	Angie Jiceth Tambo

21.1-51.20

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL CANINO EN EL MUNICIPIO DE UBATÉ

KAREN DAYANA PANCHE ORDUÑA
ANGIE JICETH TAMBO SANCHEZ

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
VILLA SAN DIEGO DE UBATÉ
2021

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL CANINO EN EL MUNICIPIO DE UBATÉ

PANCHE ORDUÑA KAREN DAYANA
TAMBO SANCHEZ ANGIE JICETH

Trabajo de grado para optar el título de Contador Público

Asesor
DANIEL HUMBERTO SIERRA AREVALO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
VILLA SAN DIEGO DE UBATÉ
2021

Nota de Aceptación

_____
_____
_____
_____
_____
_____

_____
Presidente del Jurado

_____
Jurado

_____
Jurado

Villa De San Diego De Ubaté, Mayo de 2021

NOTA DE ADVERTENCIA

“Los autores conocen las políticas de plagio estipuladas por la Universidad y aceptan que han utilizado en forma adecuada y ética los derechos de autor y la referenciación y citación. El presente documento es responsabilidad exclusiva de los autores y no implica a la universidad, su cuerpo administrativo, docentes, directores o jurados”.

La presente monografía inicialmente es dedicada a Dios, por permitirnos tener la capacidad y fuerza para continuar el proceso tan importante como es la culminación de nuestra formación profesional; a nuestras madres Gloria Orduña y Betulia Tambo por su esfuerzo y dedicación, a nuestros hermanos por su apoyo incondicional en las diferentes etapas del proceso universitario, queremos dedicar este proyecto a nuestro tutor Daniel Arévalo por su orientación, paciencia y dedicación; quien confío en nuestra capacidad y entrega para el desarrollo del presente trabajo.

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCIÒN 15

CAPITULO I. GENERALIDADES, METODOLOGÍA Y MARCOS DE REFERENCIA 17

1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 17

1.1 AREA DEL CONOCIMIENTO 17

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 17

1.3 PROGRAMA 17

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 18

2.1 PLANTEAMIENTO PROBLEMA 18

2.2 PREGUNTA PROBLEMA 19

3. OBJETIVOS 20

3.1 OBJETIVO GENERAL 20

3.2 OBJETVOS ESPECÍFICOS 20

4. JUSTIFICACIÓN 21

5. MARCO DE REFERENCIA 23

5.1 ANTECEDENTES 23

5.2 MARCO TEÓRICO 26

5.2.1 Teoría de necesidades 26

5.2.2 Teoría de mercado 27

5.2.2.1 Sistema de mercado 28

5.2.2.2 Ley de la oferta y la demanda 28

5.2.3 Teoría de la Ventaja Competitiva 28

5.3 MARCO LEGAL 29

5.4 MARCO CONCEPTUAL 36

5.5 MARCO GEOGRÁFICO 39

5.5.1 Macro localización 40

5.5.2 Micro localización 42

5.5.3 Criterios de selección y alternativas 42

5.5.4 Plano de Micro localización 43

6. DISEÑO METODOLÓGICO 45

6.1 ESTRUCTURA DE MERCADO 45
6.1.1 Análisis actual de la situación del mercado 45
6.1.2 Análisis de la situación proyectada 46
6.1.3 Identificación del servicio 46
6.2 INVESTIGACIóN DEL MERCADO 47
6.2.1 Segmentación del mercado. 47
6.2.2 Técnicas de investigación 47
6.2.3 Tamaño del universo 47
6.2.4 Tamaño de la muestra 48
6.2.5 Análisis de resultados 48
6.3 ANÀLISIS DE LA DEMANDA 59
6.3.1 Clasificación de la demanda 59
6.3.2 Factores que afectan a la demanda 59
6.4 ANÀLISIS DE LA OFERTA 60
6.4.1 Clasificación de la oferta 60
6.4.2 Factores que afectan la oferta 60
CAPÍTULO II. ESTUDIO TÉCNICO 61
1. TAMAÑO DEL PROYECTO 61
1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO 61
1.1.1 El Mercado 61
1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros 61
1.1.3 Disponibilidad mano de obra 61
1.1.4 Disponibilidad de tecnología 61
1.2 REQUERIMIENTOS DEL HOTEL 62
1.2.1 Diagrama de Flujo del servicio 62
1.2.2 Requerimiento mano de obra 64
1.2.3 Requerimiento de maquinaria, muebles y enseres, equipo, herramientas e insumos 64
1.2.4 Estimación de los costos de inversión 66
CAPÍTULO III. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÒN 67
1. LA EMPRESA 67
1.1 RAZÒN SOCIAL 67
1.2 CONSTITUCIÒN DE LA EMPRESA 67

1.3 TIPO DE EMPRESA 68
1.4 LOGOTIPO 69
1.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO 69
1.5.1 Misión 69
1.5.2 Visión 69
1.5.4 Principios y Valores 70
1.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 71
1.6.1 Objetivo general 71
1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 71
2. ORGANIZACIÓN 71
2.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA 71
2.2 DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES 72
CAPÍTULO IV. ESTUDIO FINANCIERO 74
1. PRESUPUESTO 74
1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN 74
1.1.1 Activos Fijos. 74
1.1.2 Activos Intangibles 75
1.1.3 Capital de trabajo 76
1.1.4 Nomina 78
1.1.5 Póliza De Seguro 79
1.2 PRESUPUESTO DE OPERACIÒN 79
11.2.1 Presupuesto de ingresos 79
1.2.2 Presupuesto de egresos 82
1.3 PUNTO DE EQUILIBRIO 82
1.4 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS 83
2. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA 85
2.1 ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA 86
2.2 FLUJOS DE EFECTIVO 87
3. EVALUACIÓN FINANCIERA 88
3.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 89
3.2 IMPACTO (SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO) 90
3.2.1 Impacto Social y Cultural 90

3.2.2 Impacto Económico 90
3.3.3 Impacto Ambiental 90
CAPITULO V. DISPOSICIONES FINALES 91
1. CONCLUSIONES 91
2. RECOMENDACIONES 92
BIBLIOGRAFÍA 93
ANEXOS 99

LISTA DE CUADROS

pág.

Cuadro 1. Criterios de selección y alternativas 42
Cuadro 2. Identificación del servicio 46
Cuadro 3. Censo poblacional Ubaté 2018 48
Cuadro 4. Estimación de los costos de inversión 66
Cuadro 5. Activos fijos 74
Cuadro 6. Activos intangibles 75
Cuadro 7. Capital de trabajo 76
Cuadro 8. Nómina 78
Cuadro 9. Presupuesto de ingresos peluquería - canino pequeño 79
Cuadro 10. Presupuesto de ingresos peluquería canino mediano 80
Cuadro 11. Presupuesto de ingresos peluquería canino grande 80
Cuadro 12. Presupuesto de ingresos spa 80
Cuadro 13. Presupuesto de ingresos spa 80
Cuadro 14. Presupuesto de ingresos alojamiento canino pequeño 81
Cuadro 15. Presupuesto de ingresos alojamiento canino mediano 81
Cuadro 16. Presupuesto de ingresos alojamiento canino grande 81
Cuadro 17. Presupuesto de egresos 82
Cuadro 18. Punto de equilibrio 83
Cuadro 19. Estado de Origen y Aplicación de Recursos 84
Cuadro 20. Estados financieros proforma 85
Cuadro 21. Estado de Resultados del Inversionista 86
Cuadro 22. Indicadores financieros 88
Cuadro 23. Análisis de sensibilidad 89

LISTA DE FIGURAS

pág.

Figura 1. Teoría de las necesidades 27
Figura 2. Mapa provincias de Cundinamarca 39
Figura 3. Mapa provincia de Ubaté 41
Figura 4. Mapa de Ubaté 43
Figura 5. Segmentación del mercado 47
Figura 6. Tamaño de la muestra 48
Figura 7. Diagrama de flujo 62
Figura 8. Logotipo Tour Kaninos Hotel 69
Figura 9. Organigrama Tour Kaninos Hotel 72

LISTA DE GRÁFICAS

pág.

Gráfica 1. Rango de edad 49
Gráfica 2. Sexo 49
Gráfica 3. Ocupación 50
Gráfica 4. Caninos en el hogar 50
Gráfica 5. Caninos en el hogar 51
Gráfica 6. Tamaño del canino 51
Gráfica 7. Lugar para dormir del canino 52
Gráfica 8. Vacunación y desparasitación del canino 52
Gráfica 9. Malos hábitos de los caninos 53
Gráfica 10. Cuidados especiales de los caninos 53
Gráfica 11. Cuidados especiales de los caninos 54
Gráfica 12. Alimento para los caninos 54
Gráfica 13. Cuidador del canino en ausencia de su amo 55
Gráfica 14. Cuidado de terceros del canino 55
Gráfica 15. Experiencia en centros de cuidado canino 56
Gráfica 16. Disposición de inversión en cuidado del canino 56
Gráfica 17. Factores del servicio de hospedaje 57
Gráfica 18. Zonas significativas al momento de contratación 57
Gráfica 19. Servicios adicionales 58
Gráfica 20. Disposición de contratación 58
Gráfica 21. Información por medios electrónicos 59
Gráfica 22. Flujo de efectivo 87

RESUMEN

La presente monografía se centra en un estudio de factibilidad para la creación de un hotel canino en el municipio de Ubaté Cundinamarca, basado en el reconocimiento sobre la demanda de caninos por los hogares pertenecientes a la provincia, en la cual se escogió un mercado potencial comprendido por los estratos 2,3,4 y 5. En este sentido, se pretende generar un reconocimiento dentro de la población en tan amplio mercado con la prestación de servicios complementarios entre los cuales se identifican: hospedaje spa/peluquería, guardería, y transporte puerta a puerta evitando el traslado de los amos en búsqueda del servicio a contratar.

Se pretende que la ubicación del hotel sea en la vereda Getsemaní con el fin de que las mascotas cuenten con espacios campestres que permitan realizar actividades de recreación en las cuales puedan liberar el estrés, compartir con otros animales de la misma especie previniendo con ello enfermedades complementando el servicio con terapias basadas en características específicas del huésped, lo cual permita un mejor acoplamiento del canino durante su estadía evitando que presienta la ausencia de su amo.

Para determinar la viabilidad del presente proyecto se realizaron diferentes estudios en los cuales se logra evidenciar que dentro de la provincia nace la necesidad de encontrar un lugar dedicado al cuidado esencial del amigo fiel, con precios asequibles a la población objeto de estudio.

Términos clave: hotel canino, bienestar canino, servicios

ABSTRACT

This monograph is a feasibility study for the creation of a canine hotel in the municipality of Ubaté Cundinamarca, based on the recognition of the demand for canines by households belonging to the province, in which a potential market comprised by the Strata 2,3,4 and 5. It is intended to generate recognition within the population in such a wide market with the provision of complementary services among which they identify; lodging spa / hairdresser, nursery, and door-to-door transportation avoiding the transfer of masters in search of the service to hire.

It is intended that the location of the hotel is in the Getsemaní path so that pets have country spaces that allow recreational activities in which they can release stress, share with other animals of the same species, thereby preventing diseases, complementing the service with therapies based on specific characteristics of the host, which allows a better coupling of the canine during its stay, preventing it from sensing the absence of its master.

In order to determine the viability of this project, different studies were carried out in which it is possible to show that within the province there is a need to find a place dedicated to the essential care of the faithful friend, with affordable prices for the population under study.

Key Terms: Dog Hotel, Dog Wellness, Services

INTRODUCCIÒN

En la actualidad las mascotas representan un miembro más de la familia, debido a que estos fomentan cariño y compañía dentro de los hogares, se identifica que dentro de la provincia de Ubaté se tienden a adquirir a los caninos como mascotas evidenciando la fidelidad de estos en las situaciones adversas en las cuales se puede ver afectado el amo.

Los caninos al formar parte de las familias ubatenses, requieren una serie de cuidados esenciales como lo son alimentación, aseo, techo, atención veterinaria, juguetería entre otros. Por ello nace la necesidad de crear un hotel para caninos en la Provincia en el cual puedan ser cuidados los amigos fieles fomentando atención y entrenamientos adecuados a las necesidades de las mascotas, evitando así que sufran de estrés y ansiedad o/y generar el abandono masivo por falta de tiempo hacia el cuidado de la mascota.

El negocio de las mascotas ha ido incrementando fiabilidad día a día, permitiendo diferentes ámbitos de incursión laboral, el cual consiste en cumplir las necesidades primordiales de sus consumidores principales (mascota y amo) garantizando en los servicios ofrecidos un buen trato, cuidado idóneo, permitiendo así un acoplamiento de la mascota en su tiempo de estadía.

Para los casos en los cuales no se cuenta con la disponibilidad necesaria para el cuidado adecuado del canino se busca ofrecer en el hotel servicios complementarios con espacios amplios para que la mascota pueda jugar e interactuar con los demás, el alojamiento busca que sea lo más adecuado a sus necesidades; se implementará spa para generar tratamientos, o terapias de relajación, se adiciona el servicio de peluquería (corte de uñas, limpieza de oídos, cepillado dental).

Estos servicios se ofrecerán 24 horas, siete días a la semana, debido a que lo que se busca es evitar el abandono de mascotas (canino) en ocasiones externas como lo puede llegar a ser viajes de trabajos, vacaciones y situaciones familiares, en este sentido y entendiendo la necesidad de la provincia, se implementa el servicio de transporte puerta a puerta para que los amos no tenga que desplazarse hacia el hotel para disponer del mismo.

Ahora bien, para el presente estudio se utilizaron técnicas de formulación y evaluación de proyectos con el propósito de establecer componentes significativos referentes al mercado en estudio, aspectos legales, técnicos y financieros los cuales reflejan la factibilidad de este dentro de la provincia de Ubaté. Previamente se realizó un estudio de mercado identificando la competencia dentro de la provincia; las necesidades a cubrir permitiendo así la creación de un catálogo de servicios que cumpla con las necesidades identificadas en la recolección de datos.

Adicional a lo anterior, se realizó un estudio técnico en el cual se permite identificar variables significativas frente al tamaño y requerimientos para el funcionamiento adecuado del hotel canino, permitiendo definir con ello la capacidad infraestructural para la ejecución del proyecto. Por último, se realizó la proyección financiera a cinco (05) años determinando así la viabilidad del proyecto en estudio, basado en indicadores financieros reflejando así la factibilidad del Hotel.

CAPITULO I. GENERALIDADES, METODOLOGÍA Y MARCOS DE REFERENCIA

1. ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

1.1 AREA DEL CONOCIMIENTO

Facultad Ciencias Administrativas, Económicas y Contables (Contable y gestión financiera)

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Facultad Ciencias Administrativas, Económicas y Contables
Desarrollo Organizacional

1.3 PROGRAMA

Contaduría Pública

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 PLANTEAMIENTO PROBLEMA

Actualmente en el municipio de Ubaté se evidencia el abandono masivo de caninos debido a circunstancias como el poco espacio habitacional para el canino dentro de los hogares, el incremento de los gastos (enfermedades, comida, discapacidad), poca disponibilidad de tiempo debido a temas laborales o familiares al momento de desarrollar las diferentes actividades "juegos, relaciones con otros caninos" que conlleva tener una mascota en casa, previniendo con ello el estrés o comportamientos agresivos.

En Colombia la tendencia de mascotas en el hogar a partir del año 2005 ha incrementado según estudios realizados por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) y la consultoría *Kantar World Paner*; en este sentido, a partir de ese año los hogares han optado por no tener hijos reemplazando lo que años anteriores era necesidad para el desarrollo social de la humanidad, "actualmente en el país se identifica que 3,5 millones de hogares cuentan con una mascota en su núcleo familiar entre ellos el 67% son caninos, 18% felinos y 16% afirma contar con ambos"[1].

Existen obligaciones básicas y esenciales referente al cuidado de la mascota familiar, las cuales se encuentran establecidas en leyes nacionales buscando proteger el bienestar de aquellos seres sintientes, pero sin modo alguno de independencia; entre estos cuidados resalta una "adecuada alimentación, atención veterinaria, vacunas, controles de parásitos"[2] etc., logrando con ello un ambiente seguro y adecuado para el canino.

Teniendo en cuenta la actual emergencia sanitaria COVID-19, en la cual se debió respetar restricciones dirigidas por el gobierno evitando la promulgación del virus, se evidencia que los caninos han sido afectados por las mismas teniendo en cuenta el estrés generado por el no compartir con otras mascotas además la obesidad generada por la falta de atención por parte de sus amos en caminatas como lo eran recurrentes en la normalidad.

Es de gran importancia comprender que a los caninos se le pueden presentar enfermedades como lo son cambios inmunológicos, neuroendocrinos y comportamentales basado en la situación adquirida por sus amos , situaciones en las cuales se puede evidenciar un crecimiento en la tasa de abandono canino, debido a que no se cuenta con los implementos necesarios en el hogar para

[1] MINISTERIO DE SALUD. Tenencia Responsable de Mascotas [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Tenencia-responsable-de-mascotas.aspx>
[2] Ibid.,p.2.

sobresalir en dichas situaciones, por ello en el hotel se ofrecerán diferentes servicios a precios asequibles para evitar abandono animal en la provincia.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente se evidencia la necesidad de crear un espacio donde se presten servicios complementarios como lo son: spa, peluquería, hospedaje, entrenamiento, transporte puerta a puerta los cuales se espera cumplan con las necesidades básicas de los caninos y dueños, tomando como punto clave la ubicación de este en la vereda Getsemanì del municipio de Ubaté Cundinamarca.

La finalidad de este proyecto es promulgar servicios necesarios, previniendo el abandono de caninos en situaciones adversas como lo pueden ser enfermedades, viajes familiares o de trabajo, poca disponibilidad económica, entre otras; frente a las cuales los amos no puedan cuidar de sus mascotas. Lo anterior basado en estudios realizados, debido a la no identificación de servicios unificados como los que se pretenden ofrecer, identificando tendencias a nivel nacional referentes a los centros recreativos para caninos.

2.2 PREGUNTA PROBLEMA

¿Es factible la creación de un hotel para caninos en el municipio de Ubaté Cundinamarca?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar estudio de factibilidad para la creación de un hotel canino en Ubaté Cundinamarca, con el fin de generar una nueva alternativa frente a las necesidades de dueños y mascotas en el municipio.

3.2 OBJETVOS ESPECÍFICOS

- Efectuar un estudio de mercado para la segmentación de oferta y demanda de los servicios a prestar.

- Aplicar un estudio técnico donde se identifiquen los costos referidos al hotel.

- Determinar un estudio legal y administrativo en la creación, constitución y requisitos para el hotel de caninos.

4. JUSTIFICACIÓN

La investigación acerca del estudio sobre la factibilidad de la creación de un hotel para caninos en Ubaté permite concluir la necesidad de un lugar en el cual pueda ser cuidado idóneamente el amigo fiel, aquel que con el tiempo pasa a ser un miembro más de la familia; aportando cariño inigualable, fomentando un estado de salud física, mental y emocional para sus amos.

Un estudio realizado por Fenalco demostró que "seis de cada diez familias cuentan con una mascota en casa, sin embargo, también se reflejó que uno de cada cuatro dueños adquirió a su canino sin pensar en el espacio que estos requieren"[3] por ello nace la necesidad de un hotel para mascotas ya que no cuentan con un lugar en donde dejar a sus caninos por temas laborales, vacaciones u enfermedades.

Aunque los amos desean llevar consigo a su amigo fiel se debe tener en cuenta que "los caninos sufren de estrés o ansiedad, en viajes o en la ausencia de sus amos"[4], en los viajes automovilísticos se puede producir el vómito generado por el miedo de no saber a qué destino se dirigen y basado en malas experiencias, por ello es importante identificar primordialmente el tiempo de viaje al establecer la cantidad de horas de transporte, se debe realizar una comparación entre la capacidad, tiempo y espacio dentro del vehículo, además es importante realizar pilotos de viajes cortos y así se reconocerá a fondo la capacidad nerviosa del canino.

Ahora bien, una vez el amo toma la decisión de dejar la mascota en manos de terceros "es recomendable visitar hoteles, guarderías aquellos que cumplan con las necesidades de la mascota basado en características con las que convive a diario"[5] un lugar que sea agradable a la mascota sin que se genere un cambio repentino de comportamiento en el animal por la falta del amo, además de ello es importante que días previos a la ausencia se realicen actividades que permitan un mejor acoplamiento, como es el compartir con mascotas, salir a trotar y permitir que el canino tenga su propio espacio.

Por lo anterior, se busca desarrollar el proyecto de factibilidad en el municipio de Ubaté con el ánimo de prestar servicios como hospedaje, spa, peluquería, servicios veterinarios y transporte puerta a puerta en circunstancias en las cuales la mascota pasa a un segundo plano. Se pretende que la ubicación sea en la vereda Getsemanì aprovechando así el espacio rural; fomentando con ello un beneficio circunstancial para el huésped; generando estrategias inclusivas para la prevención del abandono

[3] LA RED ZOOCIAL. Es Su Mascota Un miembro Más De Su Familia. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/es-su-mascota-un-miembro-mas-de-su-familia/>

[4] PETSONIC. Los Perros también Pueden Sufrir Depresión. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 21, septiembre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.petsonic.com/blog/los-perros-tambien-pueden-sufrir-depresion/>

[5] Ibid.,p.2.

de caninos dentro de la provincia.

De acuerdo con las necesidades tanto de la mascota como del amo se busca ofrecer comodidad, buena alimentación y un excelente cuidado; se pretende que los principales consumidores sean de estrato 2, 3, 4, 5 en los cuales se evidencia un mayor interés hacia las mascotas, cabe resaltar que en la provincia de Ubaté no existe un servicio complementario como el que se desea ofrecer para los caninos.

Este proyecto permitirá precaver comportamientos negativos de la mascota como; tristeza, que duerman en exceso, la pérdida de apetito, agresividad, u todas aquellas variables que se registran como los principales cambios en la actitud de los caninos cuando no se encuentran con sus amos, además de evitar el abandono de mascotas por falta de tiempo por parte de los amos para las actividades y cuidados que conlleva convivir con un canino.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 ANTECEDENTES

Como sustento teórico del presente escrito, a continuación, se citan las investigaciones previamente realizadas en el mismo sentido de este documento y que sirven como base documental:

Luisa Fernanda Álvarez Delgado y Brigitte Yicela Vargas Serrano en 2019, realizaron una investigación referente a la factibilidad para la creación de un hotel para mascotas especializado en la cuidad de Girardot, el objetivo de esta investigación consistió en generar una idea de negocio que cumpliera con las necesidades identificadas en investigaciones cualitativas referidas a las necesidades de la población.[6]

Luisa Fernanda Jaimes Oliveros, Julieth Tatiana Barreto Sánchez, y Richard Monroy Sepúlveda en el año 2017, realizaron la investigación orientada a un estudio de factibilidad para la creación de un hotel para mascotas caninas en la ciudad de Cúcuta del departamento de Norte de Santander. Para desarrollar el estudio se utilizaron técnicas de evaluación para proyectos con el fin de determinar la factibilidad en los factores de: mercado, administrativos, legales, técnica u operativa, económica y financiera.[7]

Jessica Alexandra Montenegro Aldana y Astrid Tatiana Romero Rodríguez en el año 2019 propusieron la idea de negocio que surgió de la necesidad de encontrar diferentes servicios para los dueños de mascotas (perros) tales como veterinaria, alimentación, accesorios, juegos, en un mismo lugar, reduciendo así los desplazamientos que generalmente se deben realizar para satisfacer dichas necesidades por lo tanto se realiza una investigación de mercados para determinar el mercado objetivo. [8]

Por otra parte, se destaca la empresa “PERRONALIDAD”, la cual presta servicios de “bienestar y confort para perros como lo son adiestramientos canino, estética canina, fiesta de cumpleaños, fotografía canina, hotel canino, residencia canina, servicios corporativos tienda de mascotas, transporte canino, veterinaria, hotel y

[6] ALVAREZ DELGADO, Luisa y VARGAS SERRANO, Brigitte. Estudio de factibilidad parala creación de un hotel de mascotas especializado, en la ciudad de Girardot. Bogotá: Universidad de Cundinamarca. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Pregrado en Administración de Empresas. 2019. p.9.

[7] JAIMES OLIVEROS, Luisa. BARRETO SANCHEZ, Julieth y MONROY SEPULVEDA, Richard. Estudio de Factibilidad para la creación de un hotel para mascotas caninas en la ciudad de Cúcuta: Cúcuta: Universidad Libre. Pregrado en Ingeniería Industrial.2017. p.11.

[8] MONTENEGRO ALDANA, Jessica y ROMERO RODRÍGUEZ, Astrid. Estudio de Viabilidad para la creación de un espacio exclusivo para perros en la ciudad de Bogotá. Bogotá: Universidad del Bosque. Pregrado en Ingeniería Industrial. 2019.p.8.

guardería para mascotas iniciando actividad desde el año 2005 ubicado en Sabaneta Antioquia, con el fin de consentir a las mascotas y hacerles la vida más fácil a las familias peludas"[9]

En esta misma línea, RANCHO KAN - Colegio Hotel Canino, presta servicios de guardería y hotel, ofreciendo actividades de recreación ejercitación en pistas recreativas y juegos vigilado y monitoreado 24/7 cuenta con terreno de juegos amplio, zonas bajo techo recreación asistida agua a voluntad todo el día, restaurante canino, con guías psicológicas y nutricionales ofreciendo servicios desde 2011 en Chía Cundinamarca (Bojacá sector el bosque)"[10].

Por su parte, la empresa Canes Club House manifiesta:

> Nos preocupamos por el bienestar de tu mascota, por eso hemos desarrollado planes y actividades de esparcimiento como guardería, hotel, transporte y baño para que nuestros mejores amigos disfruten su estadía con nosotros. Nuestra sede campestre les proporciona un ambiente de calma y tranquilidad, estamos ubicados en Cota-Cundinamarca. No te preocupes por esos días que debes estar fuera de la Ciudad, en Canes Club House estamos felices de cuidar a tu mejor amigo, además él disfrutará más de 10.000 mts^2 de parque campestre canino[11]

Raulino Silva – Hotel canino y felino. Se encuentra en Parada, Vila do Conde y el programa principal consiste en alojamiento temporal para perros y gatos, un hotel donde los animales permanecen durante unos días, durante las vacaciones o viajes profesionales de sus dueños, se cuenta con una oficina veterinaria, una sala de aseo, áreas de entrenamiento al aire libre y una piscina para mascotas[12]

Por otra parte, Katherine Marín Herrera y Yuliana Pantoja Melo en el año 2014 presentan el plan de negocios que contiene la propuesta de valor desde los puntos de vista técnicos, financieros, de mercado y legal para desarrollar el modelo de operación de una guardería para perros en la vereda filo bonito de la ciudad de Pereira. Se inicia por el módulo de mercados cuyo objetivo es identificar los servicios más requeridos por lo clientes en la zona de impacto más cercana precios promedios, percepción del valor agregado en dichos servicios, pasando a la

---

[9] PERRONALIDAD. Tienda Perronalidad. [en línea]. Antioquia: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://perronalidad.com.co/>

[10] RANCHO KAN PERROS FELICES. Reinventándonos frente a los desafíos para ayudar a las mascotas. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 21, septiembre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://ranchokanperrosfelices.com/guarderia-y-hotel/>

[11] CANES CLUB HOUSE. Servicios Canes Club. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://ranchokanperrosfelices.com/guarderia-y-hotel/>

[12] RAULINO SILVA. Hotel Canino y Felino. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.archdaily.co/co/932052/hotel-canino-y-felino-raulino-silva>

identificación de los requerimientos necesarios[13]

David Alejandro Martínez Echeverría en el año 2020, presenta su investigación en donde propone como objetivo general identificar el diseño de un plan de negocios de una guardería especializada en el cuidado, albergue, rehabilitación y modelamiento de conducta en caninos en ambientes idóneos e inocuos; para la atención y cuidado con personal capacitado de las mascotas en la ciudad de Valledupar[14].

Adicional a lo anterior, se destaca el artículo publicado en la Revista Semana a inicios del año 2021 titulado "El confinamiento motiva a adoptar y a comprar mascotas a los colombianos", en donde manifiestan que:

> Desde Agro campo hemos podido evidenciar el aumento de adopción y compra de mascotas porque los nuevos servicios aumentaron en un 45% con personas que buscaban productos y servicios para atender a los nuevos integrantes de la familia. Por otra parte, la plataforma de productos y servicios para mascotas Laika también registró un aumento en las llamadas de clientes pidiendo consejos sobre qué pasos debían seguir con sus nuevas mascotas**,** qué cuidados tener y las necesidades prioritarias[15]

En esta misma línea la Revista Empresarial & Laboral en su artículo ". El mercado de las mascotas en Colombia crece un 13%", manifiesta que:

> Las razones del crecimiento de las diferentes categorías en Colombia han sido gracias al cambio en la percepción de las mascotas, dejaron de ser animales y se convirtieron gradualmente en un miembro más de la familia, acompañado de un fenómeno social denominado el "síndrome del nido vacío", el cual está relacionado a las parejas jóvenes que no tienen hijos y llenan la necesidad de dar afecto y protección con un perro, un gato u otro animal doméstico[16]

---

[13] MARIN HERRERA, Katherine y PANTOJA MELO, Yuliana. Plan de negocios para una guardería de perros en la vereda Filo Bonito de Pereira. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira Pregrado en Ingeniería Industrial. 2020.p.8.

[14] ECHEVERRIA MARTINEZ, David. Diseño de un plan de negocio para la creación de una guardería para el cuidado y la atención de caninos en la ciudad de Valledupar. Bucaramanga: Universidad de Santander. Facultad de Ciencias Exactas Naturales y Agropecuarias. Pregrado Médico Veterinario y Zootecnista. 2020.p.12.

[15] REVISTA SEMANA. El confinamiento motiva a adoptar y a comprar mascotas a los colombianos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.semana.com/empresas/articulo/compra-y-adopcion-de-mascotas-en-colombia-durante-la-cuarentena/299722/>

[16] REVISTA EMPRESARIAL & LABORAL. El mercado de las mascotas en Colombia crece un 13%. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://revistaempresarial.com/industria/grafica/el-mercado-de-las-mascotas-en-colombia-crece-un-13/>

Adicional a lo expuesto, se destaca la Fundación “Andalucía emprende”, la cual argumenta en su sitio web que, aunque se presten estos servicios a todo tipo de mascotas en general, se puede apostar por una especialización por el tipo de animales (comunes, exóticos) bien sea por su segmento de edad (cachorros, mayores) o incluso por tipos de especie. En cualquier caso, la atención especializada y personalizada en todos los aspectos y necesidades constituirá un valor añadido diferencial para el negocio[17].

5.2 MARCO TEÓRICO

El marco teórico para la propuesta desarrollada fue basado en las siguientes teorías:

5.2.1 Teoría de necesidades. La teoría del Psicólogo Abram Maslow habla sobre las necesidades humanas en la que se generó un diseño jerárquico de las mismas, formándose en pirámide según su importancia, basado en ello la Psicóloga y adiestradora Linda Michaels desarrollo el orden jerárquico de las necesidades identificables en los caninos de la siguiente manera:

Necesidades biológicas: permite al canino estar vivo y mantener regulado su organismo teniendo en cuenta los cambios generados en su ambiente.

Necesidades emocionales: hace referencia a la seguridad que se busca dar al canino permitiendo que el mismo se sienta a gusto en su entorno.

Necesidades sociales: los caninos deben establecer relaciones sociales, donde se fomente la oportunidad de generar vínculos con los de su especie u otra, para generar un comportamiento no agresivo y agradable para ellos.

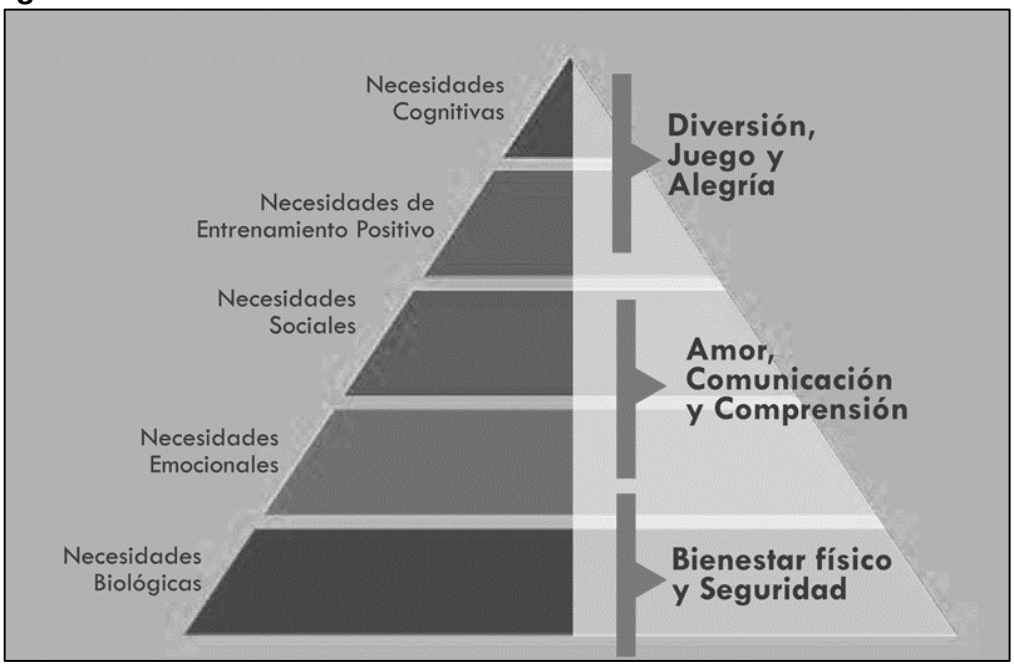
Necesidad de entrenamiento positivo: técnicas respetuosas y amables con el adiestramiento de los perrunos.

Necesidades cognitivas: es importante generar un ambiente amable para los caninos evitando así un estrés que interfiera en su comportamiento diario [18].

[17] ANDALUCIA EMPRENDE. Fundación Pública Andaluza. Veterinaria para mascotas. [en línea]. Andalucía – España: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/?q=es/guia/cl%C3%ADnica-veterinaria-para-mascotas>

[18] REVISTA PETMI. Necesidades de un perro para ser feliz. [en línea]. Guatemala: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://revistapetmi.com/necesidades-de-un-perro-para-ser-feliz/>

Figura 1. Teoría de las necesidades



Fuente: REVISTA PETMI. Necesidades de un perro para ser feliz. [en línea]. Guatemala: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://revistapetmi.com/necesidades-de-un-perro-para-ser-feliz/>

Para la presente investigación la pirámide de Linda Michaels concluye información de gran importancia para un cuidado efectivo del canino dado que estos deben cubrir necesidades mínimas como lo son una buena alimentación, higiene garantizada, un techo y todas aquellas que permitan un desarrollo integral de la mascota.

5.2.2 Teoría de mercado.

> Es la teoría económica que se refiere a la determinación de los precios y cantidades de producir bienes y servicios, los precios y los factores de producción. Un mercado es una de las numerosas diversidades de instituciones, sistemas, procedimientos, infraestructuras y relaciones sociales, mediante las cuales participan las partes en un intercambio.
>
> Los mercados facilitan el comercio y permiten la distribución y la asignación de recursos en una sociedad, permiten que se evalúe y valore cualquier artículo comercializable. Basado en la investigación realizada, se identifica la necesidad de un mercado complementario en servicios esenciales para el cuidado de caninos, permitiendo con ello establecer una tendencia de mercado basado en la satisfacción de servicios complementarios para mascotas, a un precio asequible[19].

[19] CORVO, Helmut. Teoría del Mercado". [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL : https://acortar.link/SgZNe>

Por lo tanto, fue realizado un análisis competitivo, en el cual se logró determinar el nicho de mercado al cual se desea pertenecer; identificando así las tendencias para el cuidado de la mascota y con ello se busca determinar los costos basados en la demanda identificada para cada uno de los servicios y sus diferentes competidores dentro del mercado.

5.2.2.1 Sistema de mercado. A este respecto, Corvo[20], manifiesta:

"Este sistema permite a las personas intercambiar bienes y servicios voluntariamente, en función de los precios, sin conocerse unos a otros. Una forma de apreciar el carácter distintivo del comercio mediado por el mercado entre extraños es contrastarlo con otras formas en que las personas realizan transacciones entre sí, permitiendo identificar bienes y servicios a producir y consumir."[21]

Debido a esto para la presente investigación se pretendió brindar servicios necesarios y altamente solicitados por los dueños de caninos pertenecientes a la provincia, promulgando el desarrollo económico del mismo basado en la relación de oferta y demanda.

5.2.2.2 Ley de la oferta y la demanda. Sobre este aspecto Corvo[22], argumenta:

> Cuando la demanda de los consumidores aumenta por algún bien, el precio subirá, atrayendo a más productores, el hecho es que los precios más altos inducen a más producción se conoce como ley de la oferta. De manera similar, un precio más alto para un bien induce a los consumidores a comprar menos de ese producto. Esto se conoce como ley de la demanda. Juntas determinan un precio de equilibrio y el nivel de producción para cada bien, este proceso impersonal y autoajustable es lo que distingue a una economía de mercado.[23]

Dicho lo anterior se permite identificar un punto de equilibrio en cuanto a la cantidad de servicios solicitados por la comunidad en estudio, y la cantidad de comercio identificado dentro de la población objeto de este, permitiendo con ello un precio estimable para iniciar la idea ejecutada.

5.2.3 Teoría de la Ventaja Competitiva. Sobre el presente tema Matías Riquelme[24], manifiesta:

> El modelo de la ventaja competitiva se lleva a cabo a través de estrategias

[20] Ibid.,p. 2.
[21] Ibid. p. 2.
[22] Ibid.,p. 3.
[23] Ibid.,p.3.
[24] RIQUELME, Matías. Teoría de la ventaja competitiva. [en línea]. Bogotá: El Autor [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.emprendices.co/teoria-la-ventaja-competitiva/>

competitivas que permitan tomar acciones ofensivas para sobreponerse a otras empresas del mismo rubro y obtener una posición beneficiosa y defendible en una industria, tiene como finalidad ayudar a la empresa a hacer frente a la competencia y lograr tener éxito, lo, que se traducirá en beneficios y ganancias económicas.

Michael Porter denomina la ventaja competitiva como el valor diferencial que una empresa crea para sus clientes, bien sea en forma de precios menores al de la competencia o por la diferenciación de productos, es decir, cualquier característica creada por una empresa para distinguirse del resto y la sitúa en una posición superior para competir.

Se enfoca fundamentales en dos preguntas:

¿Cuál es el valor rentable para una empresa?

¿Cómo puede cada empresa asegurarse de encontrar y mantener este valor?

La ventaja competitiva no existe por sí sola, se construye y sustenta en conceptos de liderazgo en costos bajos, de diferenciación y de enfoque. Crece fundamentalmente de acuerdo con el valor que una empresa tiene la capacidad de generar. A la vez este concepto de valor representa lo que los compradores desean y están dispuestos a pagar, el crecimiento de este valor va a depender de la capacidad para ofrecer precios más bajos que la competencia manteniendo beneficios equivalentes u ofrecer mejores y únicos beneficios en el mercado para compensar precios más altos. Para que una empresa sea considerada rentable el valor que es capaz de generar debe ser mayor de los costos ocasionados en la producción del bien [25].

Con respecto a lo anterior se determinó que la ventaja competitiva del hotel canino es la prestación de servicios unificados para el cuidado de aquel amigo fiel, permitiendo que cada una de las necesidades tanto del dueño como de la mascota logren ser cubiertas por servicios esenciales dentro de la provincia.

5.3 MARCO LEGAL

Dentro del desarrollo de la presente investigación se consultó el Código de Comercio, Código de Ética para Profesionales de la Veterinaria, Ley de Publicidad, Ley de Protección de los Animales, Planes de Desarrollo Municipal Nacional, Normas de Información Financiera y todas aquellas que se relacionen con el estudio así:

Ley 84 de1989. De acuerdo con las necesidades de la mascota y las obligaciones como amos se pretende que dentro del hotel canino se puedan identificar las

[25] Ibid.,p.3.

siguientes características primordiales para un cuidado ideal de aquel amigo fiel:

> **Capítulo II** De los deberes con los animales.
>
> Artículo 5: Son deberes de los propietarios tenedor o poseedor de un animal, entre otros mantener el animal en condiciones locativas apropiadas en cuanto a movilidad, luminosidad, aireación, aseo e higiene. Suministro bebidas, alimento en cantidad y calidad suficiente medicinas y cuidados necesarios para su bienestar; suministrarle abrigo apropiado contra intemperie cuando las condiciones y la especie lo requieran.
>
> **Capítulo VII** Del Transporte de animales.
>
> Artículo 27 el transporte o traslado de animales obliga a quien lo realiza emplear procedimientos los cuales evitan crueldad malos tratos.
>
> Artículo 28 Se emplearán vehículos que proteja del sol o lluvia en el traslado, tratándose de animales pequeños deberán ir en cajas las cuales cuenten con ventilación y amplitud apropiada

Así mismo Tour Kaninos Hotel pretende llegar a ser reconocido por el respeto y cariño hacia los caninos, es por esto por lo que se implementaron las adecuaciones necesarias según estudios previos en cuanto a las características fomentadas por cada uno de los amos dentro de la provincia de Ubaté, de esta manera se pretende evitar el abandono de caninos dentro del municipio[26]

Ley 1174 de 2016

Artículo 3. Principios.

Protección al animal. El trato a los animales se basa en el respeto, la solidaridad, la compasión, la ética, la justicia, el cuidado, la prevención del sufrimiento, la erradicación del cautiverio y el abandono, así cama de cualquier forma de abuso, maltrato, violencia, y trato cruel;

Bienestar animal. En el cuidado de los animales, el responsable o tenedor de ellos asegurará como mínimo:

Que no sufran hambre ni sed

[26] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 84. (27, diciembre, 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. Bogotá, 1989.p.1.

Que no sufran injustificadamente malestar físico ni dolor
Que no les sean provocadas enfermedades por negligencia o descuido
Que no sean sometidos a condiciones de miedo ni estrés
Que puedan manifestar su comportamiento natural
Solidaridad social. El Estado, la sociedad y sus miembros tienen la obligación de asistir y proteger a los animales con acciones diligentes ante situaciones que pongan en peligro su vida, su salud o su integridad física. [27]

Ley 2054 de 2020

Artículo 3. Bienestar animal. Independiente de la naturaleza del lugar seguro, los distritos o municipios deberán garantizar en todo caso la asistencia veterinaria para los animales que se encuentren a su cuidado.

Artículo 7. Reemplácese en toda la legislación y normatividad nacional la expresión "perro potencialmente peligroso" o "raza(s) potencialmente peligrosas "por "perro de manejo especial" o "razas de manejo especial".

Artículo 10. Tenencia de Animales domésticos o Mascotas. Solo podrán tenerse como mascotas los animales así autorizados por la normatividad vigente. Para estos animales el ingreso o permanencia en cualquier lugar, se sujetará a la reglamentación de los lugares públicos, abiertos al público o edificaciones públicas.[28]

Ley 590 del 2000. Al respecto del desarrollo económico de la provincia se pretende la fomentación creación y legalización de entidades basados en los siguientes aspectos:

Artículo 1. "Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas las MIPYMES"[29].

En este sentido, Tour Kaninos Hotel busca incentivar la formalización empresarial en el municipio de Ubaté, optimizando aspectos económicos de la provincia en cuanto a aspectos legales y comerciales de los centros veterinarios y todos aquellos que busquen la competencia leal dentro de los mercados existentes.

[27] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1774. (6, enero, 2016). Por la cual se modifican el código civil la ley 84 de 1989 el código penal, y el código de procedimiento penal". Bogotá, 2016. p.1.
[28] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 2054. (3, septiembre, 2020). Por el cual se modifica la ley 1801 de 2016 y se dictan otras disposiciones". Bogotá, 2020. p. 1-3.
[29] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590. (10, julio, 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa". Bogotá, 2000.p.1.

Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo[30]

Artículo 2: "Por la cual se expide la formalización y generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización de etapas iniciales de la creación de empresas de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse"[31].

De tal modo lograr beneficio a aquella población que cuente con poca experiencia laboral, pero que tenga conocimientos requeridos para desarrollar cada una de las actividades dentro del hotel, en pro de un bienestar para la mascota.

Ley 527 de 1999. "Por la cual se define y reglamenta el acceso de los mensajes de datos del comercio electrónico y de las firmas digitales y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones"[32]. esta ley será aplicable a todo tipo de información en forma de mensajes de datos.

> **Artículo 2:** Para los efectos de la presente ley se entenderá por
>
> Mensajes de datos: Es la información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares.
>
> Comercio electrónico: Comprende las cuestiones provocadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar.
>
> Firma digital: Se entenderá como un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos.
>
> Entidad de Certificación: Es aquella persona autorizada conforme a la presente ley, está facultada para emitir certificados en relación con las firmas digitales de las personas, ofrecer o facilitar los servicios de registro y estampado cronológico de la transmisión y recepción de mensajes de datos.
>
> Sistema de Información: Se entenderá todo sistema utilizado para generar, enviar, recibir, archivar o procesar de alguna otra forma

[30] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1429. (29, diciembre, 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Bogotá, 2010.p.1.
[31] Ibid., p.1
[32] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 527. (19, agosto, 1999). Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Bogotá, 1999.p.1.

mensajes de datos[33].

Por ello cada uno de los medios tecnológicos implementados dentro de Tour Kaninos es parametrizado para que cumpla con las necesidades en cuanto a temas de legalización y con la necesidad de los clientes, permitiendo con ello un reconocimiento por sus avances tecnológicos implementados en atención al cliente.

Determinada la ubicación del hotel canino es de gran incumbencia para generar un reconocimiento dentro de la población Ubatenses, es primordial basarse en normativas de publicidad como lo expuesto en la Ley 140 de 1994:

Ley 140 de 1994[34]

Artículo 4: La publicidad que se coloque en áreas rurales o urbanas del municipio deberán cumplir con los siguientes requerimientos

> Distancia: Podrán colocarse hasta dos vallas contiguas. La distancia mínima con las más próximas no puede ser inferior a 80 metros. Dentro de los dos (2) kilómetros de carretera siguientes al límite rural, podrá colocarse una valla cada 200 metros, después de este kilometraje se podrá colocar una valla cada 250 metros.
>
> Distancia de la vía: La publicidad exterior visual en las zonas rurales deberán estar a una distancia mínima de quince metros lineales 15 más a partir del borde de la calzada.
>
> Dimensiones: Se podrá colocar Publicidad Exterior Visual, en terrazas, cubiertas de inmuebles construidos, siempre y cuando su tamaño no supere los costados laterales de dichos inmuebles.
>
> La dimensión de la publicidad exterior visual en lotes sin construir no podrá ser superior a cuarenta y ocho metros cuadrados (48 mts2)
>
> **Artículo 9:** La Publicidad Exterior Visual no podrá contener mensajes que constituyan actos de competencia desleal ni que atenten contra las leyes de la moral, las buenas costumbres o conduzcan a confusión con la señalización vial e informativa.
>
> **Artículo 11:** A más tardar dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la colocación de la publicidad deberá registrarse dicha colocación ante el alcalde del municipio.[35]

[33] Ibid.,p.3.
[34] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 140. (23, junio, 1994). Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. Bogotá, 1994.p.1
[35] Ibid.,p.6

Así mismo lo que se pretende es que cada uno de los medios visuales utilizados para la publicidad de Tour Kaninos Hotel no fomente la competencia desleal, permitiendo así que cada uno de los competidores pertenezcan al mercado sin ninguna dificultad.

Código de Comercio. Al determinar las necesidades primordiales para la constitución legal de la empresa se tuvo en cuenta las siguientes regulaciones comerciales:

> **Artículo 10.** Concepto: Son comerciantes las personas que se ocupan en actividades las cuales la ley considera mercantiles.
>
> **Artículo 19.** Obligaciones:
>
> Generar Matrícula mercantil
> Inscribir libros y documentos los cuales exija la formalidad
> Conservar correspondencia documentos del establecimiento
> No ejecutar competencia desleal [36].
>
> **Artículo 1127**. Responsabilidad civil
>
> El seguro de responsabilidad impone a cargo del asegurador la obligación de indemnizar los perjuicios patrimoniales que cause el asegurado con motivo de determinada responsabilidad en que incurra de acuerdo con la ley y tiene como propósito el resarcimiento de la víctima, la cual, en tal virtud, se constituye en el beneficiario de la indemnización, sin perjuicio de las prestaciones que se le reconozcan al asegurado.[37]
>
> **Artículo 1055.** Riesgos inasegurables
>
> El dolo, la culpa grave y los actos meramente potestativos del tomador, asegurado o beneficiario son inasegurables. Cualquier estipulación en contrario no producirá efecto alguno, tampoco lo producirá la que tenga por objeto amparar al asegurado contra las sanciones de carácter penal o policivo.[38]

Basado en estudios previos, se logra identificar centros veterinarios en el municipio de Ubaté en los cuales se pueden llegar a encontrar individualmente cada uno de los servicios que se desea prestar complementariamente en Tour Kaninos Hotel; en

[36] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Decreto 410 (27, marzo, 1971). Por el cual se expide el Código de Comercio. Bogotá: El Congreso, 1971. p. 3.
[37] Ibid.,p.278-279.
[38] Ibid.,p.261-262.

este sentido, se cumplió con los ordenamientos legales para la formalización de la imagen corporativa en la cual se busca sobresalir por permitir una competencia leal en tan amplio mercado.

Ley 576 de 2000. Código de ética[39]. Debido a que lo que se pretende en generar un reconocimiento dentro de la provincia, los profesionales que presten los servicios deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

"Artículo 6. Los profesionales tienen la obligación de mantener actualizados sus conocimientos, los cuales tendrán como objetivo desarrollar una labor de alta eficiencia, manifestando con ello experiencia y capacidad"[40].

De este modo Tour Kaninos Hotel buscó fomentar la oportunidad laboral para los profesionales veterinarios habitantes de la provincia de Ubaté, de los cuales se logró identificar cariño y respeto por los caninos, basado en que lo que se busca es generar reconocimiento por su excelente servicio.

NIIF para pymes[41]. Se busca que la información financiera reflejada y presentada cumpla con aspectos normativos como los mencionados a continuación:

Grupo 2: "Aquellas entidades que no están inscritas en Bolsa de Valores y no están obligadas a emitir información para el mercado de valores, pero son vigiladas por la Súper Sociedades"[42].

Dado que lo que se pretende es que la información financiera reflejada sea basada en principios y normas contables, permitiendo así una comprensión global de la información presentada por la administración del ente.

Objetivos de desarrollo sostenible. Teniendo en cuenta las metas a largo y corto plazo para el desarrollo social y económico del país se pretender basar la presente investigación con el siguiente objetivo

"Objetivo 8, trabajo decente, acceso a mercados e ingresos dignos"[43]

---

[39] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 576. (15, febrero, 2000). Por la cual se expide el Código de Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia <sic>. Bogotá,2000. p.1

[40] Ibid.,p.4.

[41] COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Decreto 2483 (28, diciembre, 2018). por medio del cual se compilan y actualizan los marcos técnicos de las Normas de Información Financiera NIIF para el Grupo 1 y de las Normas de Información Financiera, NIIF para las Pymes, Grupo 2, anexos al Decreto 2420 de 2015, modificado por los Decretos 2496 de 2015, 2131 de 2016 y 2170 de 2017, respectivamente, y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso, 2018.p.6.

[42] Ibid., p.4.

[43] NACIONES UNIDAS. Objetivos de Desarrollo Sostenible. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-

Por esto la presente investigación comprende la necesidad de fomentar empleo digno dentro de la provincia de Ubaté

Objetivos de Desarrollo Departamental. Debido a que dentro de la provincia se encuentran competidores para el mercado al cual se pretender pertenecer, se busca la fomentación de normativas mencionadas a continuación

"Art 46 B Desarrollo competitivo: Generar capacidades y oportunidades en las empresas, población y territorio para fortalecer la competitividad y transformación productiva de la actividad económica departamental"[44].

Dicho lo anterior el proyecto busca que la provincia de Ubaté sea reconocida por calidad en prestación de servicios empresariales, incentivando una competitividad la cual promoviendo una mejora continua de las entidades existentes en el departamento de Cundinamarca habiendo identificado las necesidades primordiales de sus habitantes.

Plan de Desarrollo Municipal

"Subprograma - Ubaté un trato digno para los animales: el cual propicia trato digno para los animales en el municipio, la protección integral desde los escenarios técnicos, jurídicos la generación de entornos favorables según condiciones biológicas"[45].

Este proyecto incentiva el cuidado constante de las mascotas teniendo en cuenta las necesidades básicas identificadas en los mismos por sus amos, estableciendo áreas que permitan la adaptación al hospedaje sin complicación alguna.

5.4 MARCO CONCEPTUAL

Hotel para canino. SNAU lo define de la siguiente manera:

> Instalación preparada y habilitada para el cuidado de animales durante distintos periodos de tiempo, el objetivo de estos hoteles es que los caninos tengan un lugar donde quedarse y que sus amos o dueños tengan la confianza de que los caninos están cuidados mientras llevan a cabo otra actividad, o están ausentes por trabajos, viajes, enfermedad o cualquier otra

sostenible/?fbclid=IwAR3H4dkHZw6odYtS4p7S8BoCoR2nOLGvXMtZPVGa6CqDZUD-o2CqoJtZjqI>

[44] GOBERNACIÒN DE CUNDINAMARCA. Plan Departamental de Desarrollo 2020-2024 "Cundinamarca Región Que Progresa". [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/QGgAh>

[45] ALCALDÌA DE UBATÈ. "Plan De Desarrollo Municipal 2020-2023 Una Nueva Ubaté". [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/GcgkM>

razón.

> Normalmente los hoteles para los caninos ofrecen un cuidado básico para los perros; esto es comida, bebida paseos y juegos.[46]

Por otro lado, la revista mis animales habla de "Los hoteles para perros como aquellos que están preparados para atender las necesidades personales de los caninos, más allá de solo las necesarias entre los cuales se puede identificar habitaciones individuales, servicio de peluquería, recogida a domicilio, vigilancia web, spa y otros."[47]

Alojamiento. Dogbuddy lo define de la siguiente manera

> El alojamiento canino es un hogar acogedor al cual acuden los dueños de las mascotas en situaciones las cuales deben dejar a su mascota en cuidado de un tercero, lo que se pretende es que en estos espacios puedan existir variedad de actividades en las cuales los peludos puedan establecer relaciones con otros caninos, realizan juegos y caminatas constantes.[48]

Del mismo modo el *institute of laboratory animal resources commision on life sciences national research council* menciona "Los animales deben alojarse con el objeto de permitir el despliegue por completo de conductas generados debido al estrés, lo ideal es que este sea por agrupaciones según características específicas del animal, con el personal idóneo permitiendo así un mejor cumplimiento en las expectativas de los amos"[49]

Guardería. De acuerdo con Katherine Marín "Las guarderías para perros son entidades que se dedican al mantenimiento y satisfacción de las necesidades caninas en caso tal que los dueños de dichas mascotas no puedan desarrollarlas por algunos periodos de tiempo, asegurando el bienestar de las mascotas, garantizando efectividad en los cuidados y brindando tranquilidad y libertad a los dueños en un momento determinado"[50]

En otro orden de ideas la cruz roja habla de "Servicios ofrecidos para caninos que

---

[46] SNAU. "Servicio de Perros a Domicilio y a tu Medida. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.snau.es/hotel-perros-que-es-tipos>

[47] MIS ANIMALES. Como escoger un buen hotel para perros. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL:https://misanimales.com/escoger-hotel-perros/>

[48] DOGBUDDY. Te presentamos el alojamiento de perros en un lugar acogedor. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://es.dogbuddy.com/alojamiento-de-perros>

[49] OF LABORATORY ANIMAL RESOURCES COMMISION ON LIFE SCIENCES NATIONAL RESEARCH COUNCIL. Guía para el cuidado y uso de los animales de laboratorio. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.nap.edu/read/10929/chapter/1>

[50] MARIN y PANTOJA. Op. cit., p.98.

requieren de cuidado y trato cálido, socialización con otros perros y áreas de esparcimientos y ejercicio durante el tiempo en que sus dueños no están en casa"[51]

Peluquería. Según Diana Oliver se habla de "Las peluquerías caninas como centros profesionales especializados en estética e higiene que tienen como finalidad la preservación de la salud de las mascotas. Un peluquero canino no solo se ocupa de los cuidados propiamente estéticos, como pueden ser el peinado o el corte de pelo, sino que también realiza una inspección a detalle de la salud del canino" [52]

Por otro lado, el instituto implica determina que "Son centros especializados en higiene y estética que tienen como objetivo preservar la salud de las mascotas, no se trata solo de cumplir una función estética, si no de cuidar la higiene de la manera óptima posible para ofrecerle mejores cuidados y mejorar su calidad de vida" [53]

SPA. Según el instituto Nubika "Se prestan servicios como tratamientos terapéuticos o de relajación, estos tratamientos no solo ayudan a reducir las tensiones de nuestro canino, sino que también se protege su salud con medidas preventivas y tratamientos alternativos."[54]
Del mismo modo el centro veterinario mascotas Foyel menciona que es un "Establecimiento de salud que ofrece tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua en las modalidades de piscinas, jacuzzi, hidromasajes, chorros y sauna sin que usen aguas medicinales" [55]

Transporte. Según la revista *Entrepreneur* "Se recoge a la mascota en el hogar del dueño, llevar la con bien al veterinario o peluquería, pagar, comprar las medicinas si es necesario y regresar a su hogar en el horario que el dueño decida" [56]

Por otro lado, Zootaxi determina que es un "Servicio para los animales y/o acompañantes recogiéndolos en el punto de partida llevándolos a su destino ya sea el veterinario, peluquería, spa, colegio, aeropuerto, entre otros lugares que el amo elija" [57]

---

[51] CRUZ ROJA. Centro Canino Guardería. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.cruzrojabogota.org.co/guarderia-canina>
[52] OLIVER, Diana. "Residencias Para Mascotas". [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.webconsultas.com/mascotas/cuidado-de-la-mascota/peluquerias-caninas-mucho-mas-que-estetica>
[53] IMPLIKA. La peluquería canina estética y salud para tu perro. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/c1RgG>
[54] NUBIKA. Spa para perros tu mascota más relajada que nunca. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/r0g3f0>
[55] MASCOTAS FOYEL. Spa para mascotas, la moda de estos últimos tiempos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/s7sx>
[56] ENTREPRENEUT. Servicio de transporte para mascotas. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.entrepreneur.com/article/291697>
[57] BLURADIO. Zootaxi. transporte puerta a puerta. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/umjcn>

Veterinaria. Según el instituto Okvet es la "Organización dedicada a la medicina de animales, en ella se pueden encontrar especialistas veterinarios, que se encargan de revisar, diagnosticar y recetar a mascotas domésticas o animales salvajes para curar o tratar sus afecciones y enfermedades, en el cual se pueden identificar diferentes instrumentos quirúrgicos y aparatos para realizar exámenes y análisis de estos" [58]

Del mismo modo Lina Eugenia Daza Rojas lo define como "Establecimientos donde se prestan servicios médico - veterinarios, especialmente en lo que se refiere a consulta externa, urgencias y pequeñas cirugías ambulatorias" [59]

5.5 MARCO GEOGRÁFICO

Colombia está conformada por 32 departamentos, uno de ellos es el departamento de Cundinamarca el cual está divido en 15 provincias constituidas por 116 municipios, para el presente proyecto se busca llevar a cabo un estudio de factibilidad para la creación de un Hotel para Caninos en el municipio la Villa de San diego de Ubaté.

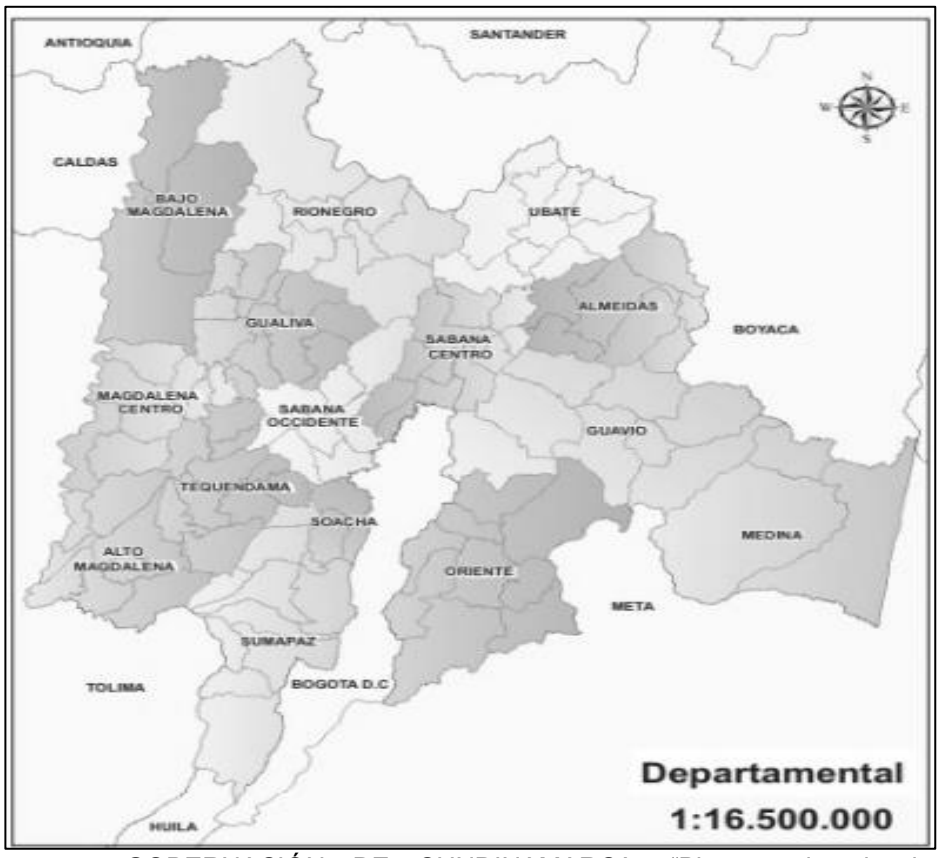
El Municipio de Villa de San Diego de Ubaté perteneciente a la Provincia de Ubaté, en la jurisdicción del departamento de Cundinamarca, cuyo casco urbano se encuentra a 05º 18' 24" Latitud Norte y 73º 48' 52" Longitud Oeste a 2556 M.S.N.M, con temperatura promedio de 13º centígrados, en la parte norte de la sabana de Bogotá, emplazado en la entrada al valle de Ubaté[60]

Figura 2. Mapa provincias de Cundinamarca

[58] OKVET. Medicina Veterinaria. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://okvet.co/que-es-una-veterinaria/>

[59] DAZA ROJAS, Lina y GARCÍA URIBE, Angélica. Manual de gestión de residuos clínicos generados en veterinarias de Bogotá. Bogotá. Universidad Militar Nueva Granada. Especialización en Planeación Ambiental y Manejo Integral de los Recursos Naturales).2019. p.45.

[60] ALCALDÌA DE UBATÈ. Op. cit., p.2.



Fuente: GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. "Bicentenario de la Independencia de Cundinamarca". [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/ryzFJ>

Límites del Municipio. Está localizado en la parte norte de la Sabana de Bogotá a 97 km de la Capital de la República, en el Departamento de Cundinamarca, limita por el norte y oriente con el Departamento de Boyacá, por el sur con las provincias de Almeidas y Sabana

Centro, por el occidente con la provincia de Rio negro. Tiene una extensión territorial de 1.408 km2, el 6,2% del área total del departamento, lo que le permite ubicarse como la séptima provincia en cuanto a tamaño en Cundinamarca. Su jurisdicción comprende los municipios de Carmen de Carupa, Cucunubá, Fúquene, Guachetá, Lenguazaque, Simijaca, Susa, Sutatausa, Tausa y Ubaté (Cabecera Provincial)[61].

5.5.1 Macro localización. Se busca promover el hotel dentro de la provincia de Ubaté Cundinamarca, fomentando con ello el crecimiento sectorial y la fomentación de empleo de los habitantes del municipio estudio, para esto se realizaron estudios previos para la identificación del sector más favorable para el desarrollo y crecimiento del hotel.

[61] Ibid., p.2.

Figura 3. Mapa provincia de Ubaté

Fuente: CCB. Cámara de Comercio de Bogotá. Caracterización económica y empresarial. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL:https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2889/6233_caracteriz_empresarial_ubate.pdf?sequence=1 >

Las opciones más favorables son:

- Municipio de Tausa
- Municipio de Cucunubá
- Municipio de Ubaté

El municipio de Tausa llegó a ser considerado como apto, sin embargo al realizar un estudio sobre la cantidad de caninos dentro del municipio, y los cuidados establecidos a los mismos se logra comprender la gran conexión por parte de los habitantes hacia los mismos pero con cuidados mínimos teniendo en cuenta que es un municipio con mayor población rural en donde existe mayor libertad para los

caninos, teniendo en cuenta que sus principales actividades económicas son la minería y la agricultura.

El municipio de Cucunubá llegó a ser considerado como apto, se realiza un estudio de mercado el cual ayuda a determinar que el mercado objetivo se encontraría delimitado por su ubicación y sistema vial, sin embargo, se logra identificar la familiaridad que generan los habitantes con los caninos siendo este un punto a clave, es decir que el municipio no es favorable para la localización del Hotel Canino.

El municipio de Ubaté siendo la cabecera de la provincia se identifica el gran acoplamiento de los habitantes frente a la tenencia de caninos dentro del núcleo familiar siendo este el municipio con mayor cantidad de caninos; además de ser atractivo para la constitución de empresas que fomenten el crecimiento económico de sus habitantes.

Por tal motivo se ha escogido el municipio de Ubaté por contar con la mayor cantidad de caninos, además de tener variedad de opciones en zonas rurales para la implementación del Hotel Canino dentro de la Provincia.

5.5.2 Micro localización. De acuerdo con el estudio realizado, se efectuó que el mayor punto de aforo canino en la provincia de Ubaté es dentro del municipio de Ubaté en la vereda Soaga sector Getsemanì, debido al gran desarrollo rural que se identifica benéfico para el cumplimiento de los objetivos/ servicios empresariales.

5.5.3 Criterios de selección y alternativas. “Dentro del municipio de Ubaté fueron seleccionadas y evaluadas mediante la aplicación de factores ponderados en cinco zonas las cuales cumplían con los requisitos rurales” que busca el Hotel Canino, dando cumplimiento a su objetivo principal:

Cuadro 1. Criterios de selección y alternativas

Vereda	Habitantes	Accesibilidad	Seguridad	Servicios Públicos	Valorización	
Getsemanì	50	36	42	55	10	193
Centro del llano	6	28	15	19	27	95
La patera	9	7	13	8	33	70
Tausavita	20	20	15	10	17	82
Apartadero	15	9	15	8	13	60
Puntaje	100	100	100	100	100	

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 1 se puede evidenciar que Getsemaní cuenta con mejores resultados en cuanto a factores de gran importancia para el desarrollo empresarial del hotel canino entre ellos se encuentra:

- La accesibilidad vial a dicha vereda permitiendo que sea de gran comodidad para sus visitantes.

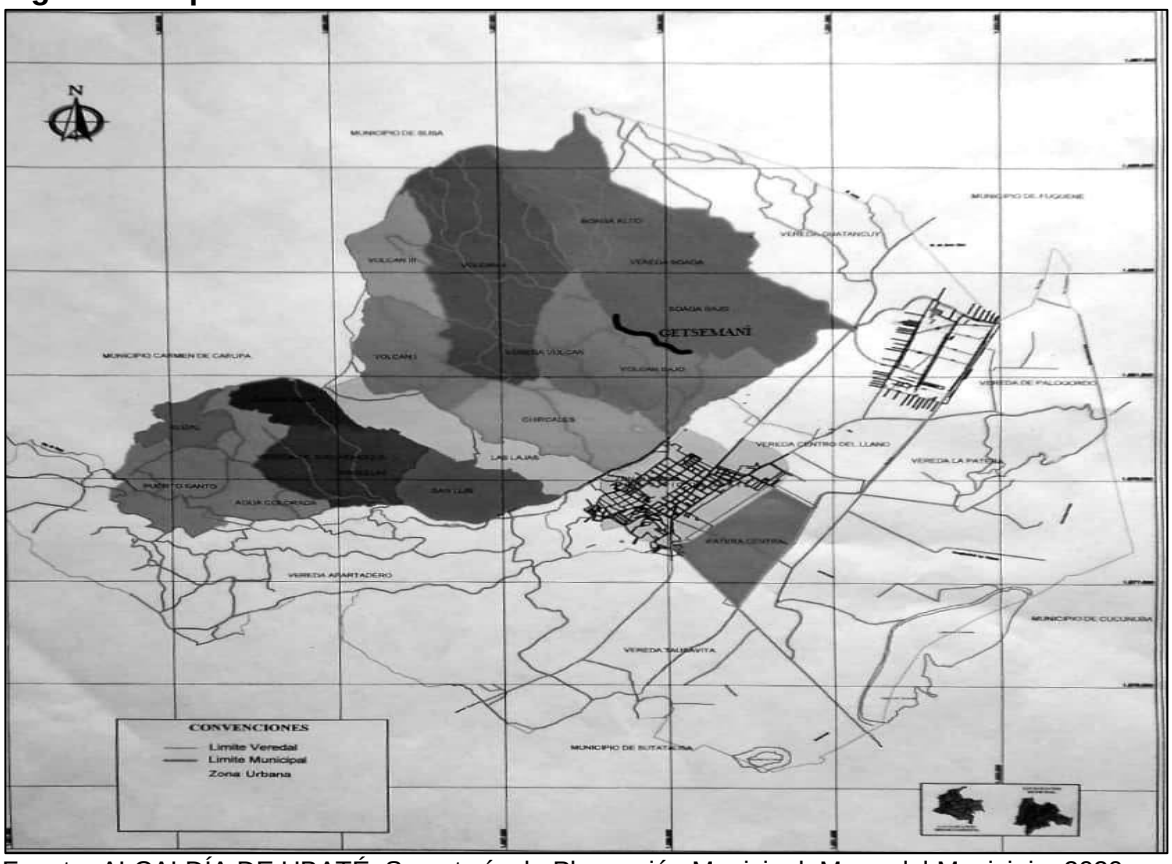
- Totalidad de servicios públicos primarios (agua, luz, internet, gas)

- Se identifica dentro de la vereda un porcentaje de gran importancia referente a los habitantes.

Para determinar la ubicación idónea del hotel canino se tuvieron en cuenta los aspectos mencionados anteriormente logrando determinar así los costos que conlleva la adecuación de este en la vereda ya mencionada, además de reconocer aspectos viales para el transporte de los caninos en cuanto a su estadía dentro del hotel teniendo en cuenta que para el traslado se pretende el mejor trato a los huéspedes.

5.5.4 Plano de Micro localización

Figura 4. Mapa de Ubaté



Fuente: ALCALDÍA DE UBATÉ. Secretaría de Planeación Municipal. Mapa del Municipio. 2020

En la figura 4, se puede identificar la vereda de Getsemaní resaltada, debido a la información revelada por la secretaría de planeación municipal en la cual se manifiesta la no ubicación de linderos veredales de dicha población; la cual fue actualizada por última vez en el año 2013, es por ello que se presume su ubicación en dichos linderos.

La vereda Getsemaní se encuentra ubicada en el occidente del área urbana del municipio de Ubaté, limita al norte con la vereda Soaga al occidente con la Vereda el Volcán, al oeste con la vereda Guatancuy y al sur con la vereda Palogordo.

Se eligió la vereda Getsemaní para ser el lugar donde se ubique el hotel canino debido a que se encuentra a las afueras de la ciudad con espacio rural fomentando así una disponibilidad inicial para la estructuración necesaria; además dicho corregimiento se encuentra a tan solo 10 minutos del municipio facilitando así un acceso vial para visitantes y propios.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

El presente proyecto de investigación “Estudio de Factibilidad creación Hotel de Mascotas Caninos en el Municipio de Ubaté**”** es de tipo descriptivo en el cual se identificará con precisión las dimensiones del fenómeno a investigar, suceso, comunidad, contexto o situación teniendo en cuenta ello el investigador debe ser capaz de visualizar qué se medirá (conceptos; variables, componentes) sobre quienes se busca identificar el aspecto a estudiar (animales) [62]

Esta investigación se dará con enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) teniendo en cuenta que parte de una idea productiva la determinará objetivos, preguntas de investigación, estableciendo hipótesis, fijando variables, se diseña un plan para probarlas, se miden dichas variables en el contexto, se analizan los resultados obtenidos mediante métodos estadísticos, estableciendo la conclusión de dicha investigación realizada [63].

6.1 ESTRUCTURA DE MERCADO

El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos con relación a calidad, cantidad y precio que la comunidad adquiere en un determinado momento

6.1.1 Análisis actual de la situación del mercado. Al analizar el estudio de factibilidad de la creación Hotel Canino en Ubaté, se caracteriza que el mismo fomentará el mercado competitivo en la provincia, debido a la tendencia animalista la cual fue identificada por estudios realizados anteriormente por parte del DANE en el año 2018. El objetivo principal de la actividad económica a realizar es el ofrecimiento de servicios profesionales (veterinarios), seguido de la oferta de productos complementarios que aporten al cuidado idóneo del canino.

La caracterización realizada a los posibles clientes potenciales generar resultados sobre consumidores individuales ofertando productos no diferenciados para la provincia, todo esto basado en la competencia establecida y estudiada existente dentro de la población objeto de estudio, determinando la cantidad de servicios novedosos los cuales generen un marketing institucional, englobando precio y calidad del servicio necesario para fomentar el crecimiento necesario de la idea a desarrollar.

Para poder determinar un precio asequible fue necesario la determinación de proveedores que ofrecieran productos de calidad y precios favorables para el funcionamiento del hotel, y así generar una prestación de servicios óptimos frente a

[62] HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, María del Pilar. Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill Education, 2014.p.168.
[63] Ibid. p. 31.

las necesidades de las mascotas, determinadas según los resultados de encuestas realizadas a los amos por parte de la organización.

6.1.2 Análisis de la situación proyectada. En Colombia se generó la tenencia de mascotas familiares a partir del año 2005, según informes generados por parte del DANE, expertos en el tema como los son diarios publicitarios (El espectador, la república y Dinero), además de identificar actualmente una tendencia al cuidado de las mascotas sin importar raza o especie, ello permite que el estudio realizado frente a la aceptación del Hotel canino en la provincia de Ubaté sea viable, basado en los resultados obtenidos por parte de las encuestas realizadas a los pertenecientes de estratos 2,3,4,5 de la provincia; el cual desea obtener beneficios complementarios referentes al cuidado de su amigo fiel, en situaciones adversas para las cuales deben ser cuidados por externos.

Los servicios para ofrecer son determinados mediante los resultados de la aplicación de las encuestas fomentadas a la población objeto de estudio, generando así la adaptación al mercado.

6.1.3 Identificación del servicio. El siguiente cuadro refleja la propuesta de valor de Tour Kaninos Hotel

Cuadro 2. Identificación del servicio

<table>
<tr>
<td rowspan="2">8 Socios Claves
Equipos vet
Homecenter
Ciudad de mascotas
Kanut pet
Sc office
Mercadopharma
Phillipa store Colombia
Terranco
Visión veterinaira</td>
<td rowspan="2">7 Actividades clave
La actividad primordial del Hotel es la identificación de las adecuaciones/servicios necesarios teniendo en cuenta la caracterización generada y con ello poder suplir los amos en situaciones externas, se generaran capacitaciones continuas al personal para la excelencia y con ello generar un mayor reconocimiento en el mercado, complementando ello con buenas relaciones interpersonales.</td>
<td rowspan="2">1 Propuesta de valor
Hotel para Caninos, busca ser reconocido por la prestación de servicios 24 horas al día, 7 días a la semana con temas referentes a, los cuidados esenciales que tiene nuestro amigo fiel, garantizando estructura adecuada según las necesidades identificadas por parte de sus amos, servicio de spa peluquería, servicio veterinario complementando con el servicio puerta a puerta resaltando la eficacia del hotel en el municipio.</td>
<td rowspan="2">4 Relación con clientes
Vean al hotel como opción para dejar sus caninos en situaciones externas donde estos no puedan ser cuidados por sus amos, evitando con ello el abandono animal, además que se logre identificar el hotel como un lugar de esparcimiento para los caninos y así evitar un estrés acumulativo de las macotas.</td>
<td>2 Segmentos de clientes
Familias pertenecientes a los estratos 2, 3, 4 y 5 de la Villa de San diego de Ubaté.</td>
</tr>
<tr>
<td>3 canales
Emisora municipal,
Redes sociales,
Página WEB,
Aplicaciones móviles.</td>
</tr>
<tr>
<td>6 Recursos clave
El hotel contará con una amplia estructura el cual se distribuirá en la zona de juegos, spa, alojamiento, peluquería veterinaria, además de ello se ubicará inicialmente las oficinas de administración en las cuales se atenderá a los clientes para identificar las necesidades de sus mascotas</td>
<td colspan="2">9 Estructura de costos
Materia Prima
Mano de obra directa e indirecta
Costos indirectos de fabricación
Costos fijos</td>
<td colspan="2">5 Fuente de ingresos
El hotel será financiado con un 60% de aportes de socios, y un 40% por un préstamo financiero.</td>
</tr>
</table>

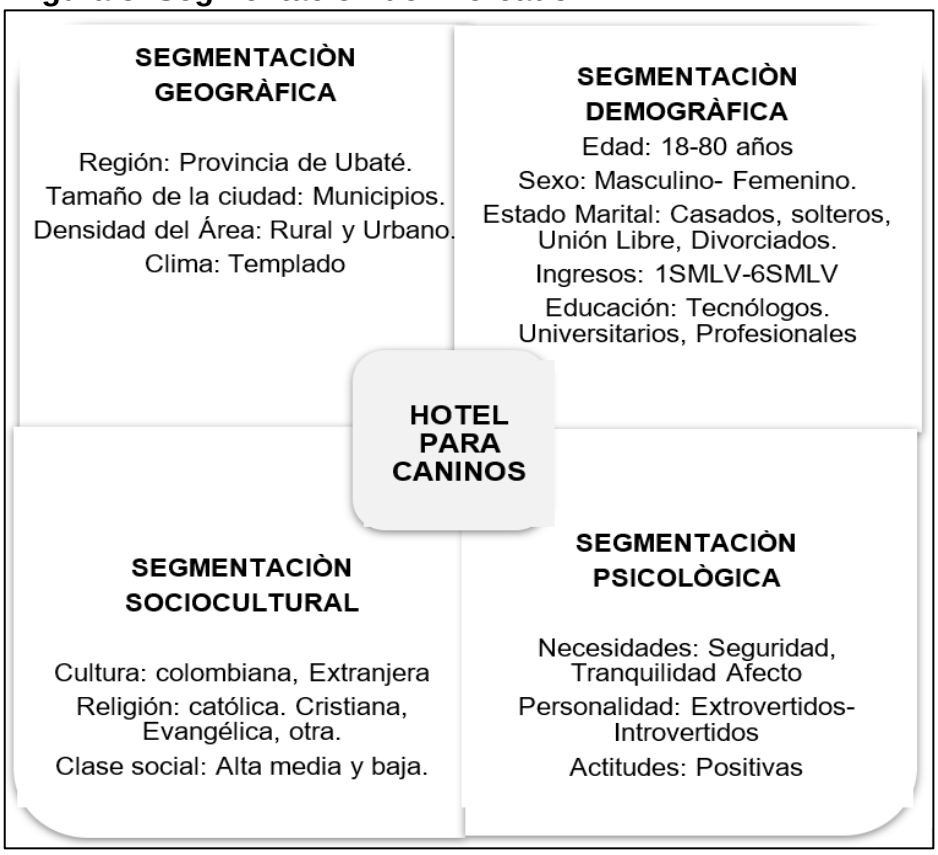
Fuente: Elaboración propia

6.2 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La población objeto de estudio de la investigación es aquella que cuenta con una mascota en su hogar, los cuales identifican la necesidad de contar con un hotel para caninos el cual puede beneficiar en momentos determinados a las familias ya mencionadas, así mismo esta investigación fue implementada en los estratos 2,3,4 y 5 del municipio de Ubaté.

6.2.1 Segmentación del mercado. En la siguiente figura se identificará la segmentación del mercado a pertenecer por Tour Kaninos Hotel.

Figura 5. Segmentación del mercado



Fuente: Elaboración propia

6.2.2 Técnicas de investigación. Para dar continuidad al estudio de factibilidad sobre el Hotel para caninos, se realizan encuestas mediante las cuales se determinan características/necesidades principales de los clientes potenciales determinados en los estratos 2,3,4 y 5 de la provincia de Ubaté.

6.2.3 Tamaño del universo. El Ministerio de Salud generó un informe para el año 2017, sobre el reporte de vacunación animal en el departamento de Cundinamarca en el cual se puede identificar para la provincia de Ubaté un total 19.384 caninos**.**

Cuadro 3. Censo poblacional Ubaté 2018

Municipio	Población	No caninos por municipio
Tausa	6.375	2.249
Sutatausa	5.258	1.765
Cucunubá	7.013	1.269
Ubaté	40.001	3.887
Carmen de Carupa	7.345	1.544
Lenguazaque	9.425	1.389
Fúquene	4.849	1.563
Guachetá	12.405	2.344
Susa	6.073	1.644
Simijaca	11.526	1.736
Total, Universo		**19.390**

Fuente: DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Censo Nacional de Poblacional y Vivienda. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/sociedad/cnpv-2018/>

6.2.4 Tamaño de la muestra. Para la determinación sobre la factibilidad del hotel en la provincia de Ubaté y de acuerdo con la formula estadística para el tamaño de la muestra, se realizaron 377 encuestas a las familias pertenecientes a la mencionada provincia

N: Tamaño de la muestra
Z: Nivel de confianza
P*Q: Variación de la proporción
e: Error máximo

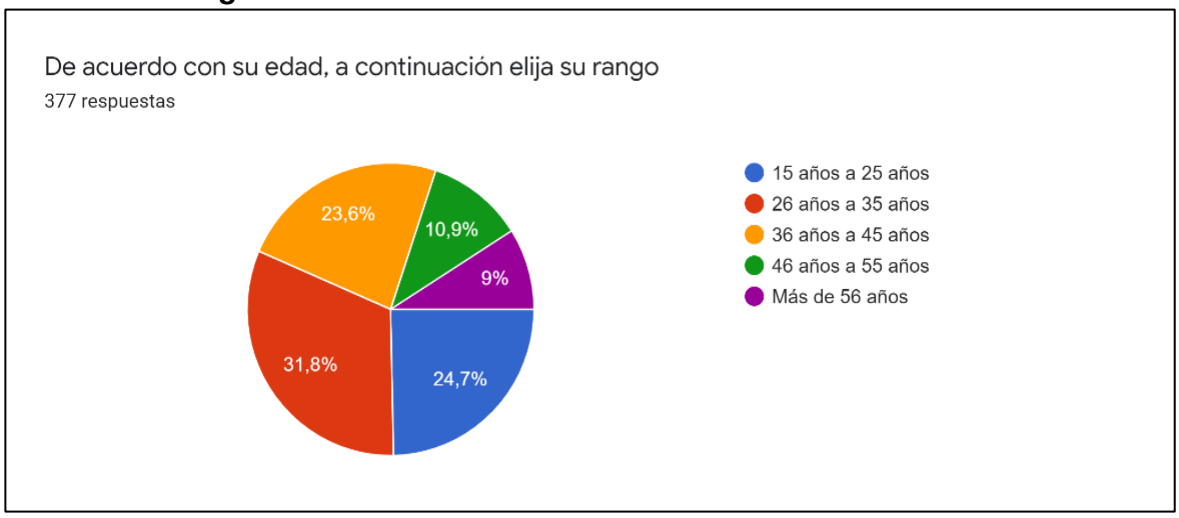
Figura 6. Tamaño de la muestra

N=	1.96^2*0.5*0.5
	0.05^2
N=	384
N=	384
	1+(384-1
	19.930)
N=	377

Fuente: Elaboración propia

6.2.5 Análisis de resultados. Al concluir el trabajo de campo se logra la tabulación y análisis de los datos obtenidos por medio de encuestas, donde se identifican preferencias de servicio del posible cliente potencial, con el objetivo de conocer el grado de aceptación y frecuencia de uso que tendría la creación de un hotel canino ubicado en la vereda Getsemaní de Ubaté Cundinamarca.

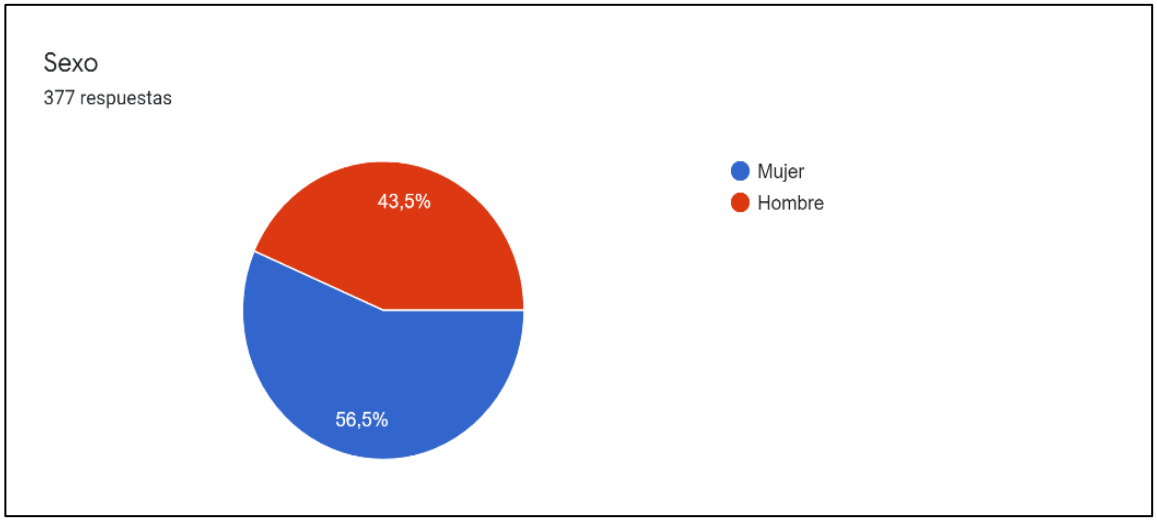
Gráfica 1. Rango de edad



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 1 se identifica que el 31,8% de la población encuestada pertenece entre 26 y 35 años, seguido de 24,7% perteneciente a los jóvenes entre 15 y 25 años, generando así el reconocimiento del cliente potencial basado en la preferencia existente por las mascotas dentro de la población objeto de estudio.

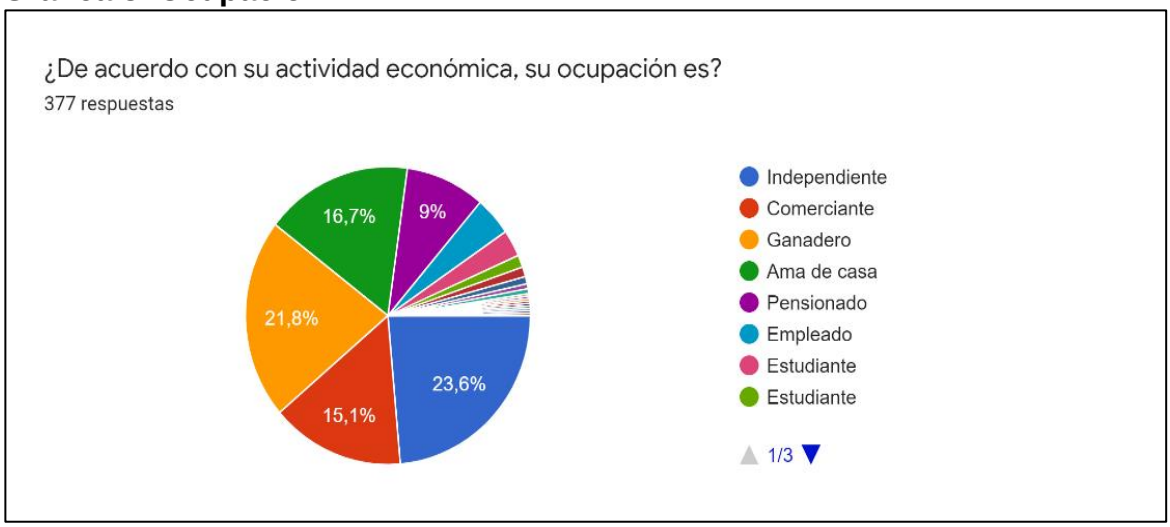
Gráfica 2. Sexo



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 2 se logra identificar como cliente potencial a las mujeres con un 56,5% como las más interesadas en la tenencia de caninos, lo que conlleva la búsqueda de servicios acordes a sus necesidades.

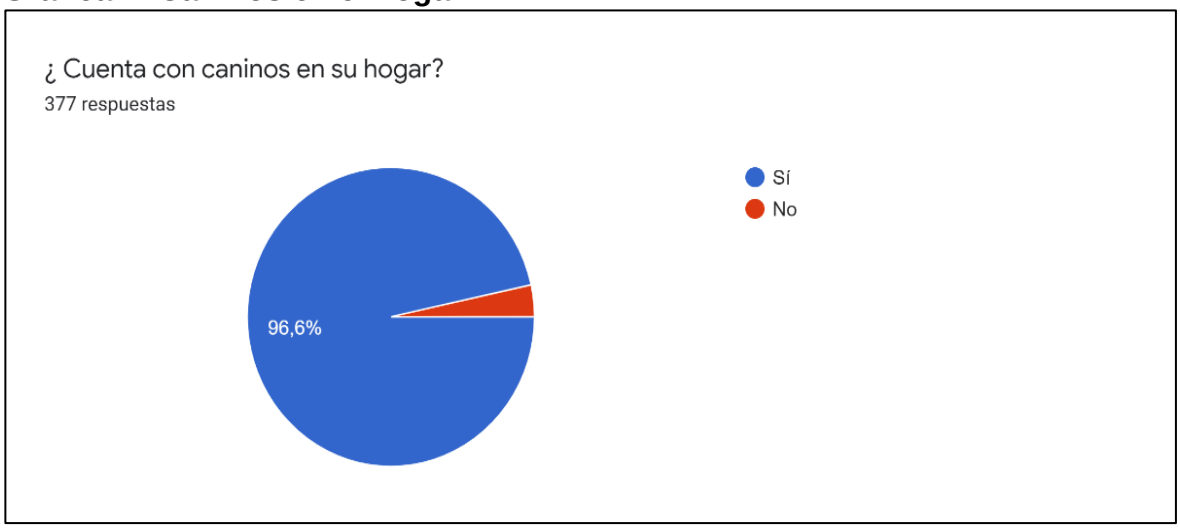
Gráfica 3. Ocupación



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 3 evidencia que dentro de la provincia de Ubaté el 23,6% de los hogares está conformado por independientes, seguido por ganaderos con un 21,8%, 16,7% son Amas de casa, un 15,1% comerciante y por último con un 9% son pensionados demostrando así la posibilidad económica de suplir cada una de las necesidades del canino en el transcurso de su convivencia dentro del hogar.

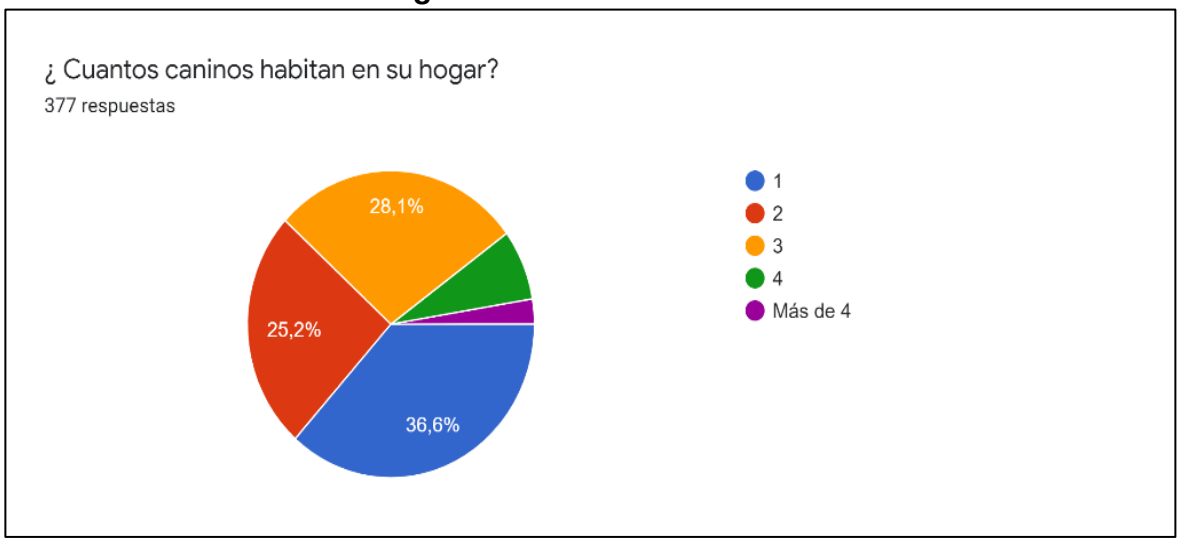
Gráfica 4. Caninos en el hogar



Fuente: Elaboración propia

De la gráfica 4 permite concluir que dentro de la provincia de Ubaté la tendencia referente al amigo fiel en los hogares corresponde a un 96,6%.

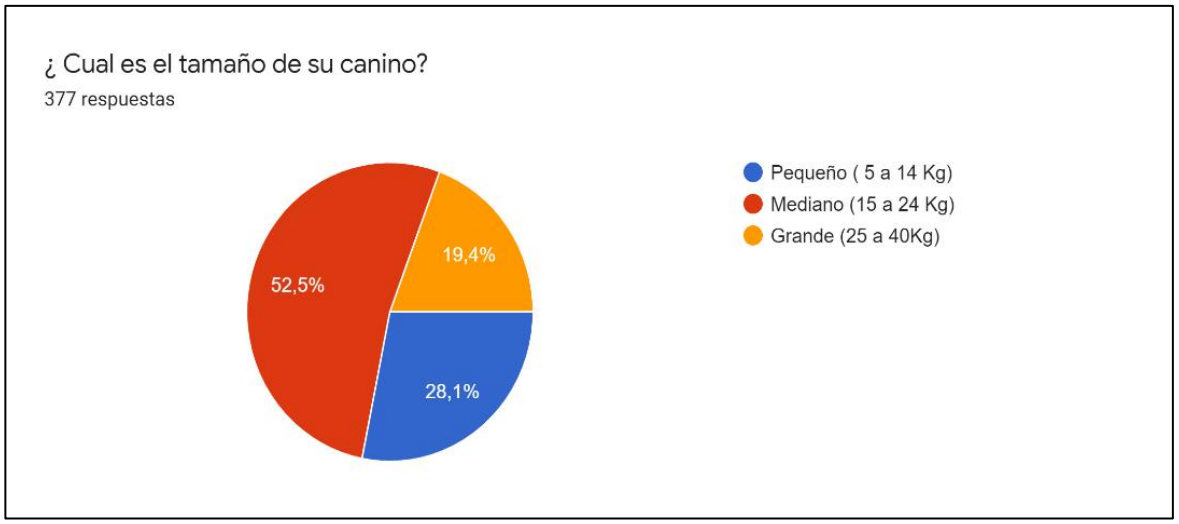
Gráfica 5. Caninos en el hogar



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 5 muestra que de acuerdo con la tabulación en los hogares Ubatenses el 36,6% cuenta con solo un canino, 28,1% con tres caninos y 25,2% con dos caninos, lo cual permite concluir que cada una de las familias desea brindar a la mascota beneficios afectivos y cuidados necesarios.

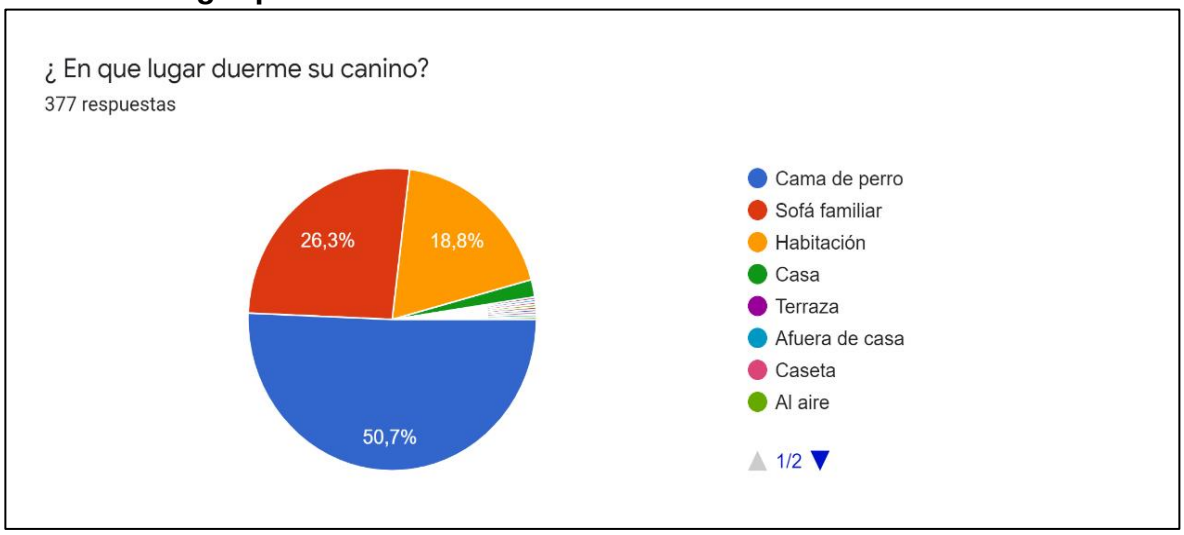
Gráfica 6. Tamaño del canino



Fuente: Elaboración propia

Se evidencia en la gráfica 6 que el tamaño preferido por las familias Ubatenses corresponde al mediano con un 52,5%, 28,1% por pequeños y un 19,4% son grandes; preferencias basadas en las adecuaciones estructurales de la zona habitacional.

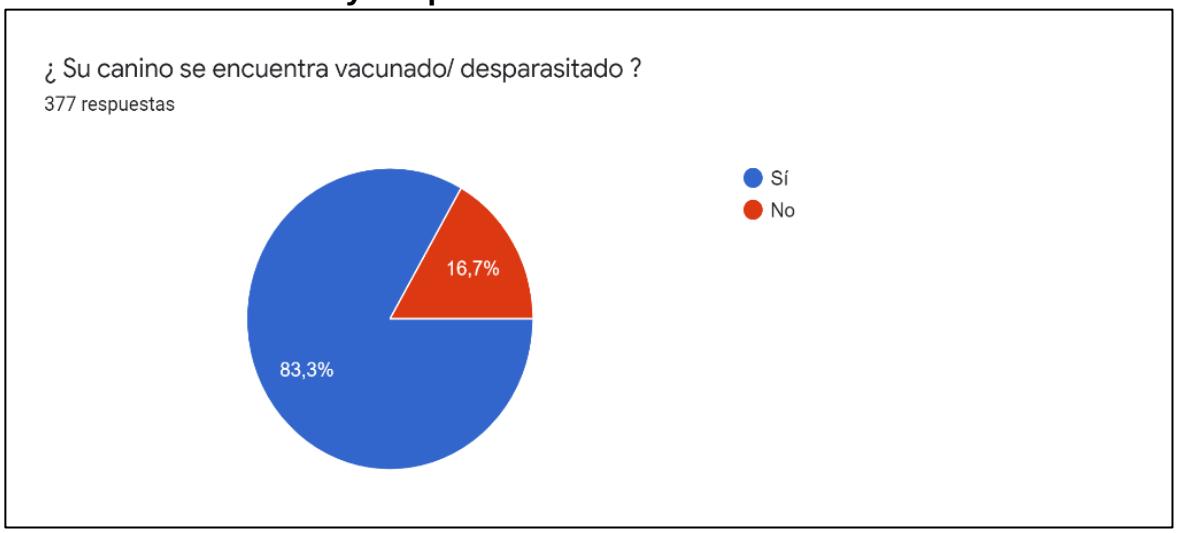
Gráfica 7. Lugar para dormir del canino



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 7 concluye que un 50,7%de los caninos duermen en cama para perros, seguido de un 26,3% en el sofá familiar, y por último el 18,8% en la habitación de sus amos, lo cual permite concluir que dentro del hotel canino es de gran importancia contar con disponibilidad significativa de camas como prevalencia para el hospedaje.

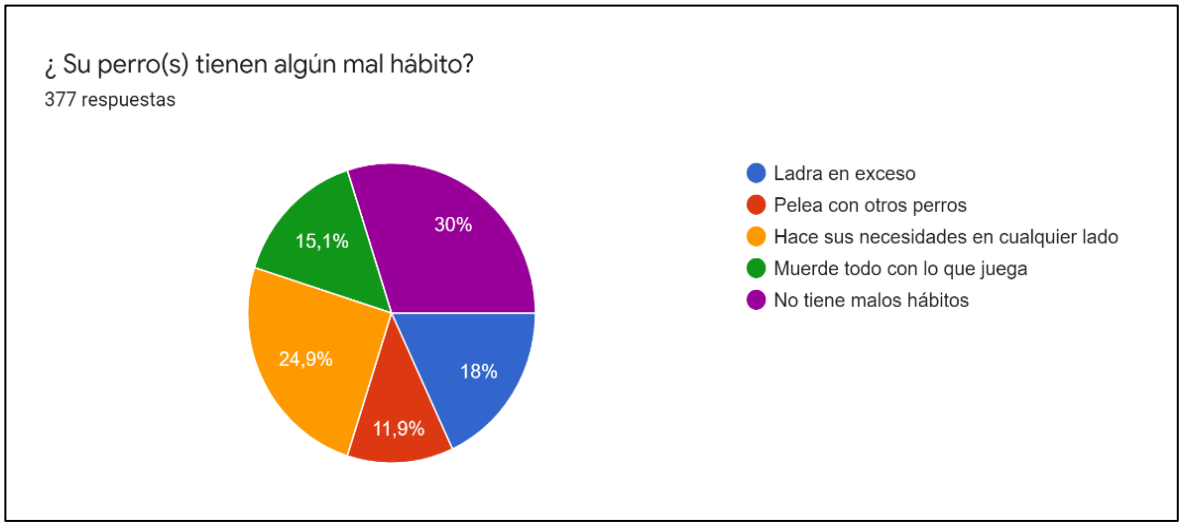
Gráfica 8. Vacunación y desparasitación del canino



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 8 muestra que el 83,3% de los hogares expresaron que su canino contaba con las vacunas necesarias para la prevención de enfermedades.

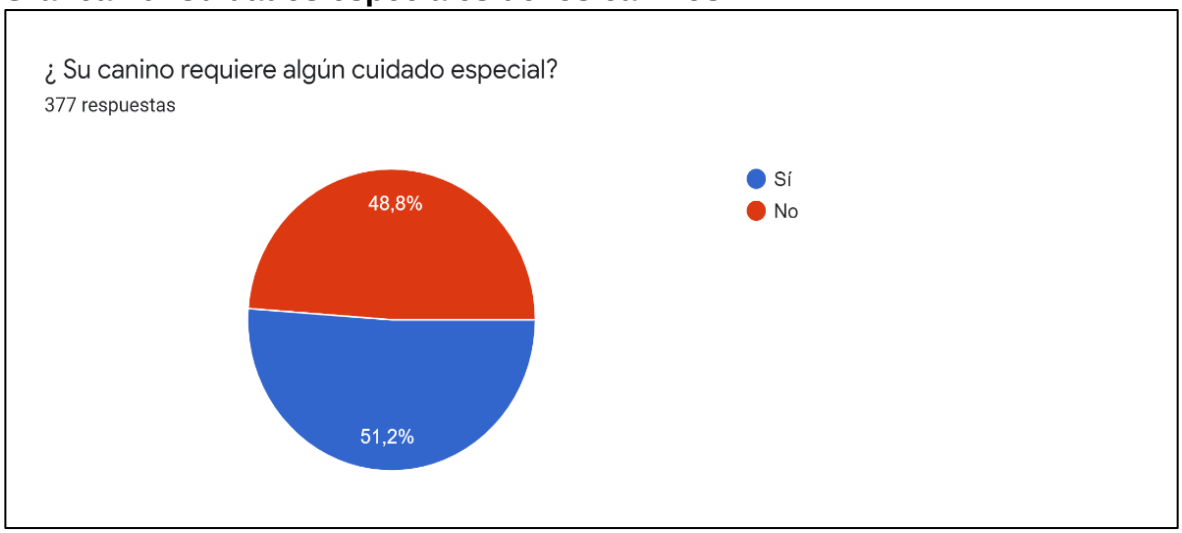
Gráfica 9. Malos hábitos de los caninos



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 9 permite concluir que un 30% de los caninos observados como clientes potenciales no tienen malos hábitos permitiendo la posibilidad de generar agrupación de caninos sin conflicto alguno.

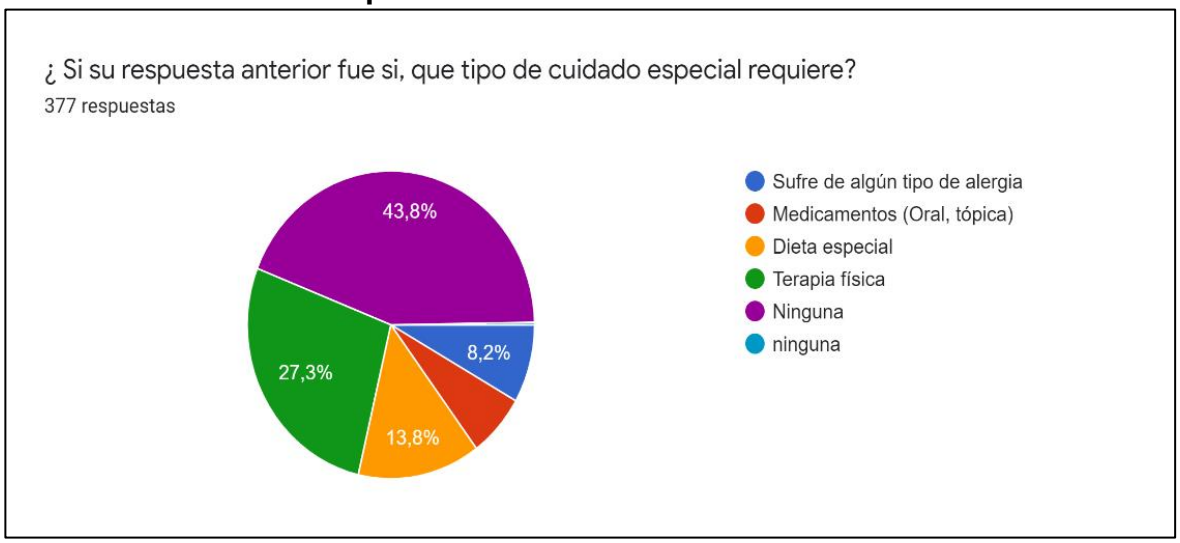
Gráfica 10. Cuidados especiales de los caninos



Fuente: Elaboración propia

Se concluye que un 51,2% de los encuestados manifiesta que su canino requiere de cuidados especiales, tal como se aprecia en la gráfica 10

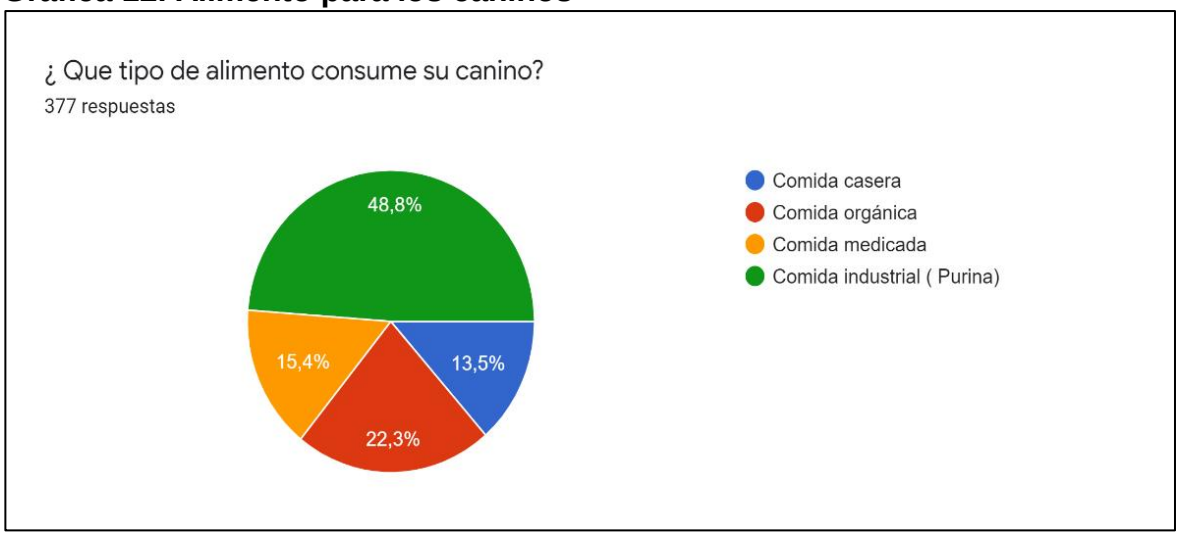
Gráfica 11. Cuidados especiales de los caninos



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la gráfica 11, se concluye que los cuidados especiales referidos previamente son las terapias físicas con un 27,3% y una dieta especial con un 13,8% servicios identificados dentro del portafolio de servicios del hotel canino.

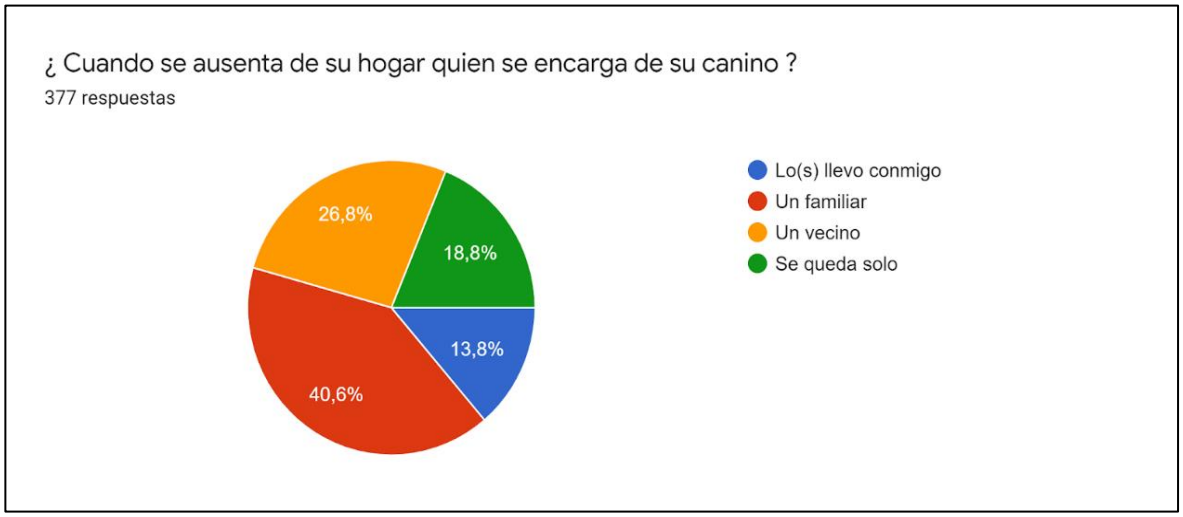
Gráfica 12. Alimento para los caninos



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 12 permite concluir que los caninos son alimentados por 48,8% con purina, 22,3% comida orgánica, 15,4% medicada y un 13,5% casera

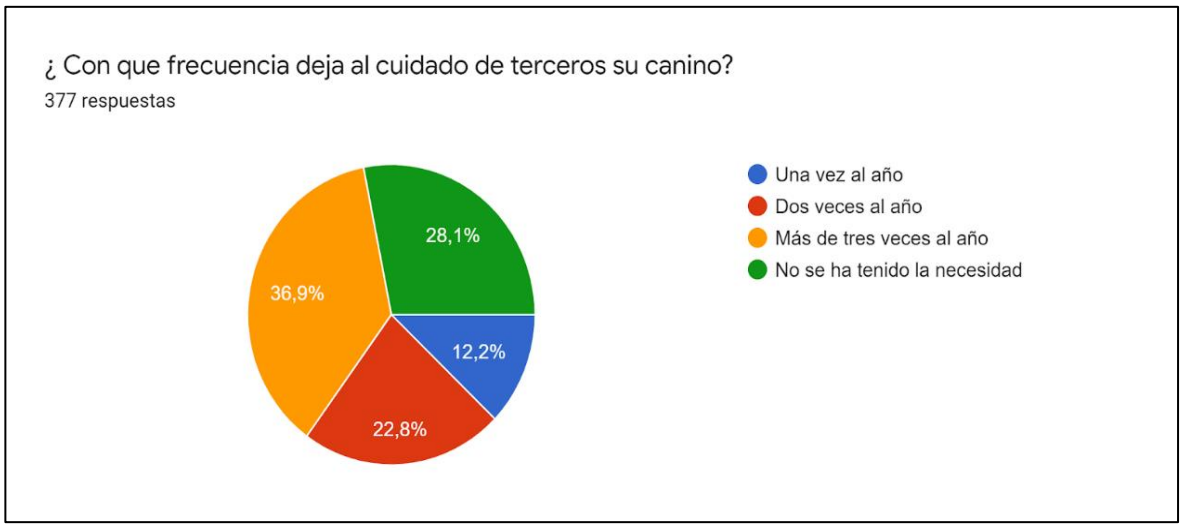
Gráfica 13. Cuidador del canino en ausencia de su amo



Fuente: Elaboración propia

Se logra identificar en la gráfica 13 un alto porcentaje con 40,6% en la colaboración familiar por el cuidado del canino en situaciones adversas, por lo que se identifica el interés de un cuidado idóneo con personas de confianza que logren suplir las necesidades de la mascota en la ausencia de sus amos

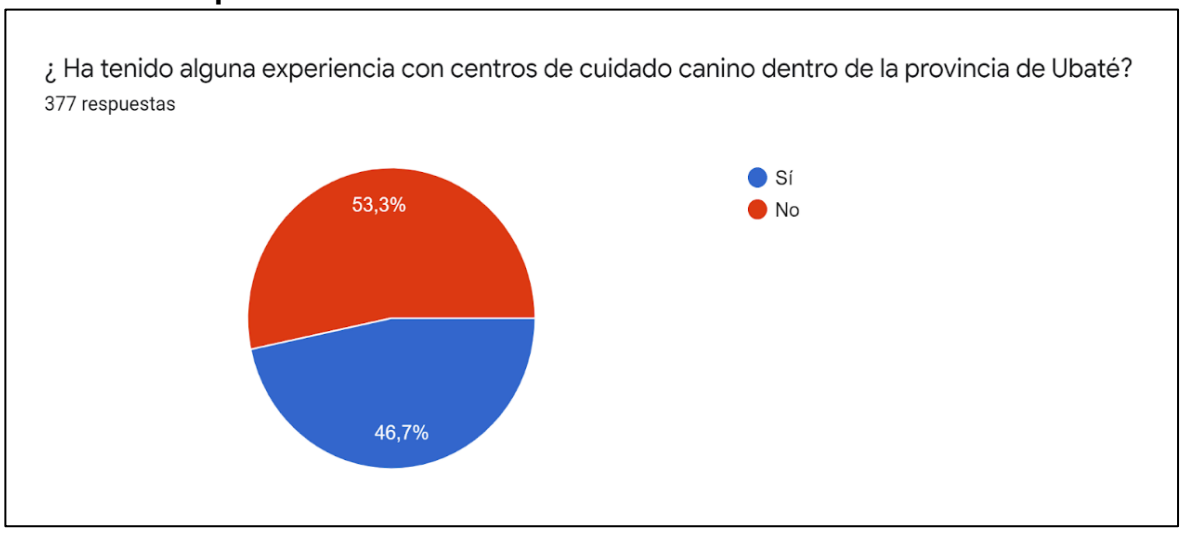
Gráfica 14. Cuidado de terceros del canino



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 14 muestra que los caninos son dejados en cuidado de terceros más de tres veces al año con un porcentaje de 36,9%, todo esto por la no admisión de caninos en encuentros familiares o viajes de los amos, en dónde se identifica la necesidad de obtener servicios complementarios para el canino.

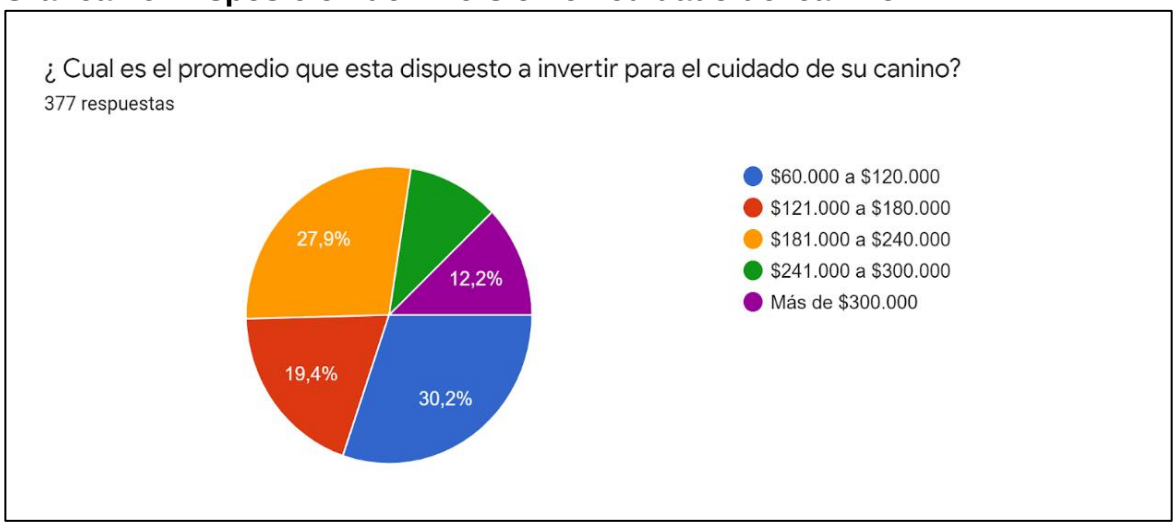
Gráfica 15. Experiencia en centros de cuidado canino



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 15 se identifica un alto porcentaje de 46,7% por la no contratación de servicios teniendo en cuenta que dentro de la provincia no se encuentran centros de servicios complementarios, lo cual generaría un sobre costo en el cuidado de su canino.

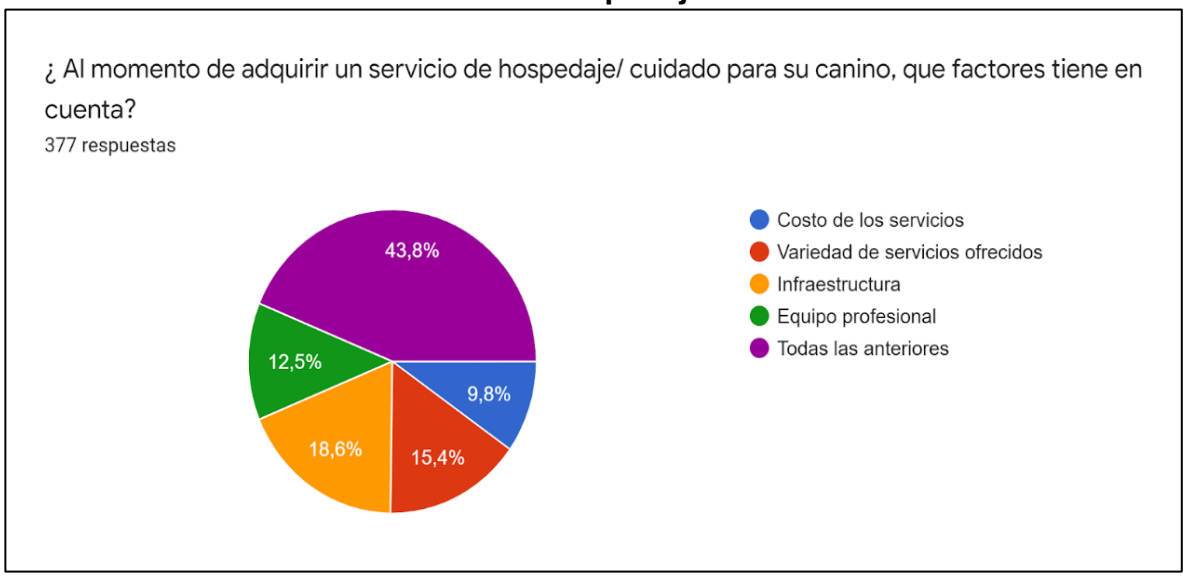
Gráfica 16. Disposición de inversión en cuidado del canino



Fuente: Elaboración propia

Se logra identificar en la gráfica 16 que la población objeto de estudio contrata servicios con costos mínimos con un 30,2%, buscando suplir las necesidades de la mascota.

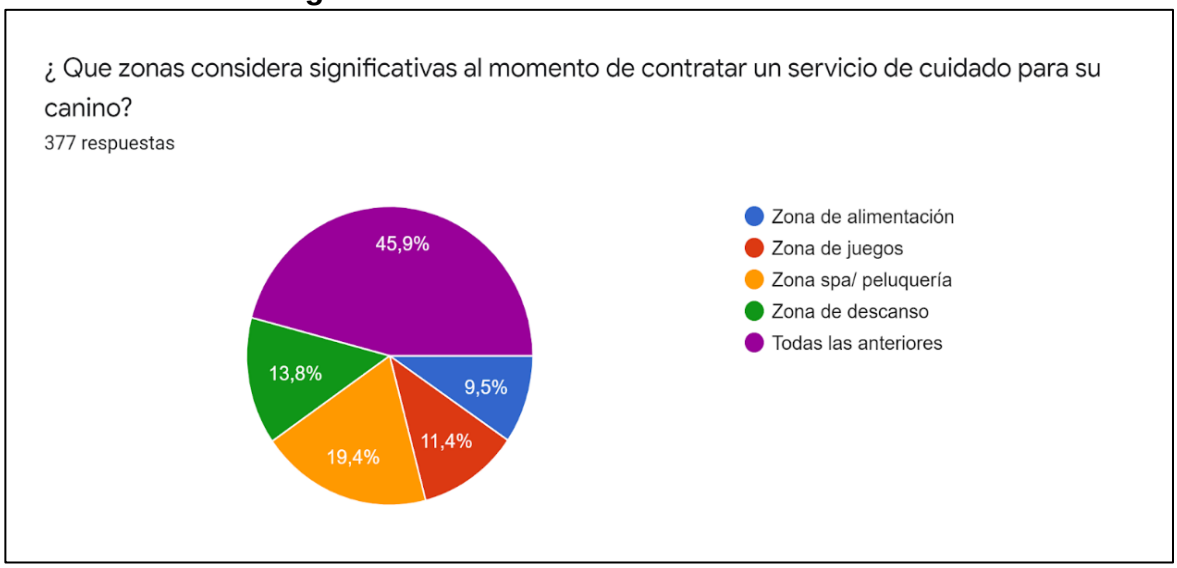
Gráfica 17. Factores del servicio de hospedaje



Fuente: Elaboración propia

La población objeto de estudio con un 43,8% pretende que los centros de atención cumplan con cada una de las necesidades previamente mencionadas, con el fin de que la mascota no contemple el vacío generado por la ausencia de los amos en situaciones adversas, tal como se aprecia en la gráfica 17.

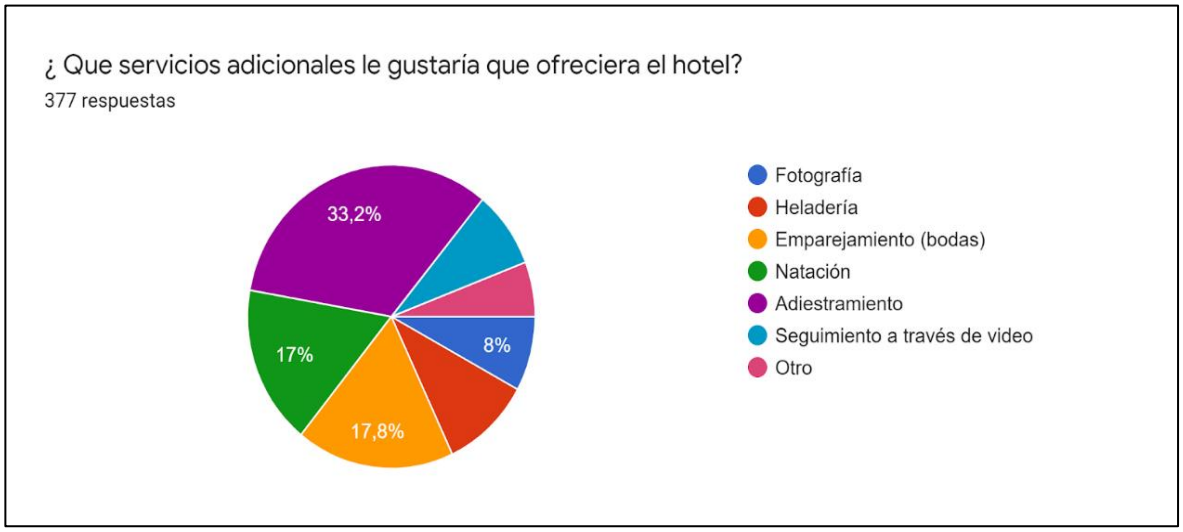
Gráfica 18. Zonas significativas al momento de contratación



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 18 refleja que unos de los cuidados esenciales para la mascota es el spa y peluquería con un 19,4%, teniendo en cuenta que con esto se logra prevenir enfermedades y estrés para el amigo fiel.

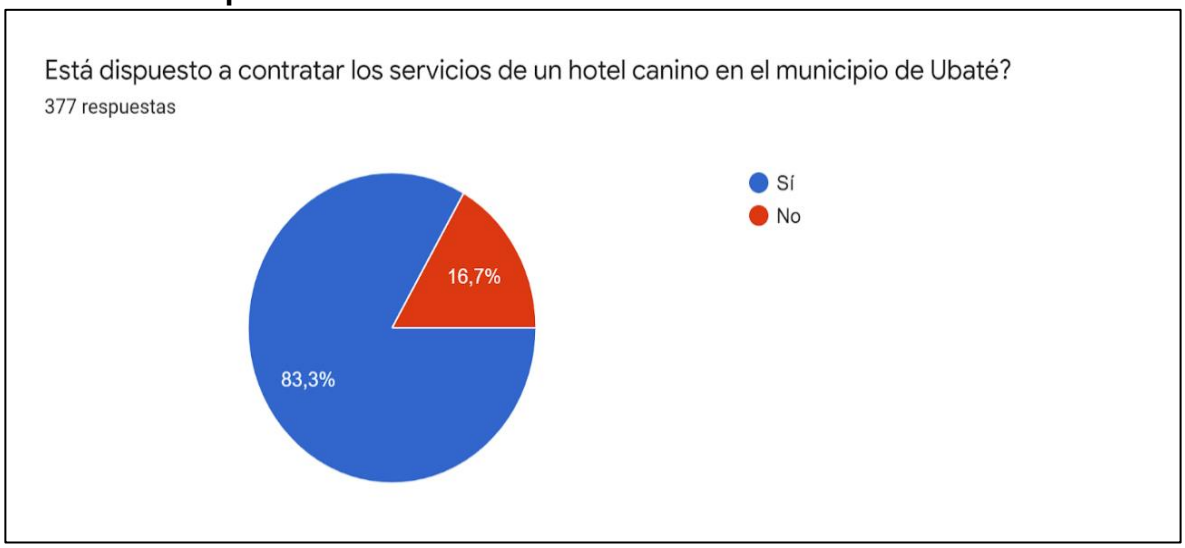
Gráfica 19. Servicios adicionales



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 19 se identifica el interés por contratar servicios de adiestramiento con un 33,2%, lo cual fomente un mejor comportamiento de la mascota basado en la confianza de sus amos y en las actividades que puedan llegar a realizar al aire libre siendo este la compañía ideal.

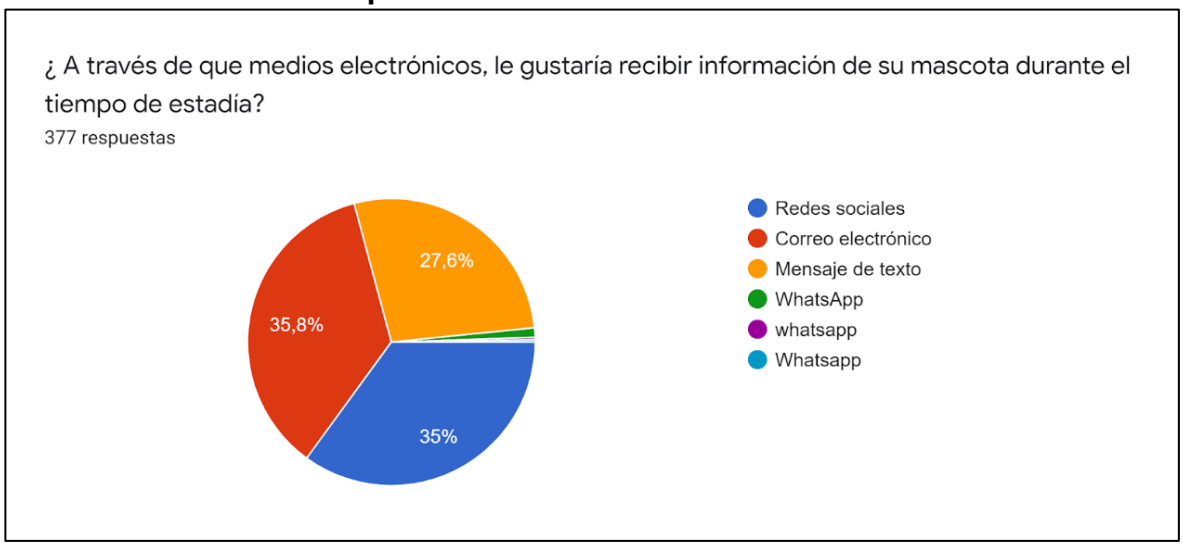
Gráfica 20. Disposición de contratación



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 20 permite concluir con un 83,3% la necesidad de contar con un centro de hospedaje en el municipio de Ubaté, en el cual el canino es el cliente potencial, además se busca cubrir las necesidades del mismo en un determinado espacio.

Gráfica 21. Información por medios electrónicos



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 21 se identifica con un 35,8% que el medio idóneo para generar informes sobre la mascota en cuanto a su estadía dentro del hotel canino, sea por medio de correo electrónico permitiendo así una comunicación más amena entre cuidadores y amos.

6.3 ANÀLISIS DE LA DEMANDA

6.3.1 Clasificación de la demanda. En la provincia de Ubaté, se identifica un mercado potencial basado en suplir cuidados esenciales de caninos, teniendo en cuenta que es un miembro más de las familias Ubatenses; se logra identificar que el Hotel Canino formará parte de la demanda derivada en la cual se busca complementar los servicios prestados para la población canina existente en la provincia.

6.3.2 Factores que afectan a la demanda. Realizando un análisis poblacional, y sobre la competencia de mercado se logra identificar que los factores que afectan la demanda del Hotel para caninos son:

- Precio propio: basado en la ley de la demanda >**precio < demanda**
- Bienes influyentes en la demanda: competencia
- Preferencias del consumidor: teniendo en cuenta la moda y gustos de la población objeto de estudio[64].

[64] CÓRDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogotá: Eco ediciones, 2011.p.62

6.4 ANÀLISIS DE LA OFERTA

6.4.1 Clasificación de la oferta. En la provincia de Ubaté, se identifica como mercado potencial los cuidados para caninos basado en suplir cuidados esenciales de los mismos, teniendo en cuenta que es un sector poco competitivo. Lo que se pretende ofrecer en el Hotel son la totalidad de servicios que cada una de las veterinarias ubicadas en la provincia ofrecen para que de esta manera se puedan adquirir en un solo lugar a precios asequibles.

6.4.2 Factores que afectan la oferta. Teniendo en cuenta que lo que se busca es fomentar beneficios para la población canina de la provincia, incluyendo la competencia sectorial se determina que los factores que afectan son:

- **Precio:** A > Precio > Demanda
- **Competencia:** Ley de oferta > cantidad de veterinarias >Demanda, < cantidad de veterinarias < oferta"[65].

[65] Ibid p. 72

CAPÍTULO II. ESTUDIO TÉCNICO

Para la presente investigación, entiéndase como estudio técnico lo dicho por Marcial Córdoba Padilla el cual expresa **"**Busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto ?,¿Dónde?,¿Cómo? ¿Con que lo producirá?, así como diseñar la función de producción que mejor utilice los recursos disponibles, para obtener el producto o servicio deseado" [66]

1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El hotel para caninos contará con un espacio de 700m^2 ubicado en la vereda Getsemaní- Ubaté, en el cual se cuenta con la capacidad de 45 caninos, para los cuales cada huésped tendrá un espacio de 12m2 permitiendo así un acoplamiento por parte de la mascota a su recinto, además cuenta con disposición de una casa la cual es renovada permitiendo así un uso adecuado para las oficinas administrativas y/o consultorio veterinario, parqueadero para los automóviles propios de la organización y sus empleados.

1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

1.1.1 El Mercado. Como se ha mencionado anteriormente, la población canina habitante de la provincia de Ubaté es de 19.384, de los cuales se estima un volumen de 45 caninos como clientes potenciales en el mercado, siendo este el consumo inicial esperado por parte de aquellos amos que busquen beneficio, comodidad, y cuidado idóneo para su mascota, todo esto basado en la capacidad diseñada del proyecto, teniendo en cuenta que si existe mayor demanda se cuenta con gran capacidad de ampliación infraestructural; basado en el dinamismo del mercado perteneciente.

1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros. Este proyecto contará con un aporte inicial de los socios con un 60%, los cuales corresponden a $166.024.101, el 40% que es de $109.708.666 restante será necesario adquirirlo mediante créditos financieros teniendo como totalidad de inversión de un monto $276.706.836.

1.1.3 Disponibilidad mano de obra. Para este proyecto se dispone de personal idóneo que cumpla a cabalidad con requisitos previstos para la prestación del servicio confiable que se pretende ofrecer, se espera contar con profesionales altamente capacitados con experiencia, preferiblemente que provengan de la provincia de Ubaté, todo esto es basado después de identificar la escasa oportunidad laboral a la cual pertenecen dichos profesionales, además se contará con personal administrativo el cual promulgue un funcionamiento favorable.

1.1.4 Disponibilidad de tecnología. Lo que se busca promulgar con este proyecto

[66] Ibid. p.106

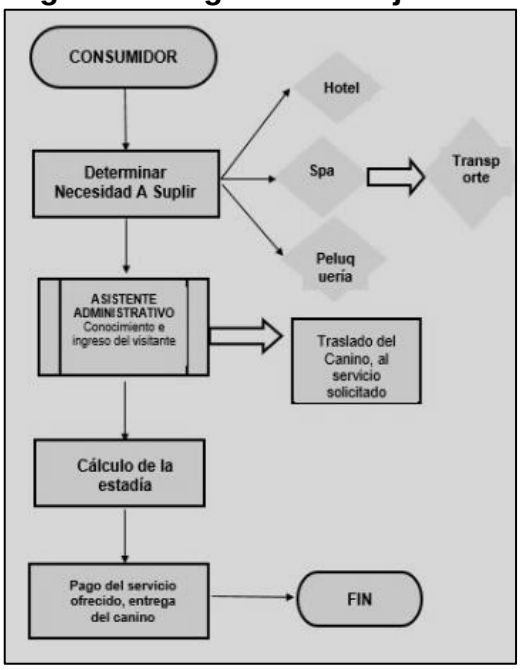
son beneficios económicos con una calidad proveniente de los servicios ofrecidos y los productos con los cuales se pretende atender las necesidades anteriormente identificadas; sumado el análisis realizado a los competidores del mercado en la provincia objeto de estudio , para ello se realizó un análisis sobre los posibles proveedores, sobre los cuales se tuvo en cuenta la calidad, precio y sobre todo reconocimiento en el mercado, de los cuales se obtuvo un acuerdo de proveedor-consumidor entre las siguientes empresas:

- ✓ **Kanù Pet:** Bogotá Colombia.
- ✓ **Visión Veterinaria:** Bogotá Colombia.
- ✓ **Equipos Vet:** Medellín Colombia.
- ✓ **Homecenter:** Chía- Cajicá Colombia.
- ✓ **Sc Office:** Bogotá Colombia.
- ✓ **Mercadopharma:** Bogotá Colombia
- ✓ **Ciudad de mascotas:** Bogotá Colombia
- ✓ **Philip Store Colombia:** Bogotá Colombia
- ✓ **Terranco:** Bogotá Colombia

1.2 REQUERIMIENTOS DEL HOTEL

1.2.1 Diagrama de Flujo del servicio. La figura 7 muestra cada paso a cumplir en cuanto a atención al cliente dentro del Hotel Canino, orientado esto a la prestación de servicios eficiente en cuanto a las necesidades de cada uno de los interesados:

Figura 7. Diagrama de flujo



Fuente: Elaboración propia

Del anterior gráfico se puede identificar los siguientes procesos operativo:

- **Determinar la necesidad a suplir.** El amo con su mascota determina la necesidad del consumidor final, estableciendo si estas son cognitivas, biológicas, emocionales, sociales; todas aquellas que fomenten un bienestar para el canino.

- **Asistente Administrativo.** Se recibe al canino y genera el registro adecuado, identificando así el servicio a prestar y cada una de las características de éste, permitiendo un cuidado idóneo que fomente el bienestar de este

- **Traslado del canino al servicio solicitado.** Se realiza el traslado de la mascota al área correspondiente, basándose en la necesidad identificada a la hora de su ingreso (hotel, spa, peluquería, transporte)

- **Cálculo de la estadía:** Se determina la cantidad de tiempo en el cual la mascota es huésped del hotel canino, teniendo en cuenta los servicios solicitados.

- **Pago del servicio ofrecido y entrega del canino**. De acuerdo con el servicio solicitado se genera la cuenta de cobro, dicho valor será cancelado por parte del dueño de la mascota, permitiendo generar el cierre de la cuenta y la entrega a tiempo de su canino**.**

1.2.2 Requerimiento mano de obra. Después de haber identificado las necesidades de los caninos en la provincia de Ubaté para una mayor confianza al ingreso al hotel se requiere contratar al siguiente personal:

- Dos veterinarios: profesional con más de un año de experiencia en los cuidados de caninos

- Dos auxiliares veterinarios: técnicos con un año de experiencia, en cuidado de mascotas.

- Un auxiliar administrativo: persona con conocimientos previos en atención al cliente.

- Dos personas para servicios generales: personal con más de un año de experiencia en servicios generales.

- Un Contador Público: profesional líder, el cual cuente con más de un año de experiencia en sector agrónomo.

- Dos cuidadores de mascotas: personal con más de tres años de experiencia en el cuidado y manejo de caninos.

- Un conductor: persona que cuente con licencia de conducción C2, con experiencia de transporte de carga delicada (mascotas, alimentos).

- Un albañil oficial: persona con experiencia mínima de tres años, en obras de remodelación.

- Dos auxiliares albañiles: personas con un mínimo de un año de experiencia, capaz de cumplir a cabalidad con lo ordenado por el oficial.

- Dos vigilantes: personal con mínimo dos años de experiencia en cuidado de fincas.

1.2.3 Requerimiento de maquinaria, muebles y enseres, equipo, herramientas e insumos. Para este proyecto se identificó la necesidad de la siguiente maquinaria, herramientas:

- 8 sillas giratorias
- 1 recepción
- 1 mesa de juntas
- 1 puesto de trabajo (6)
- 1 columna para medicamentos
- 3 mesas de control veterinario

- 6 bañeras para mascotas
- 3 máquinas para peluquería canina
- 10 cortaúñas para perro pequeño
- 10 cortaúñas para perro mediano
- 10 cortaúñas para perro grande
- 15 cepillos de salud oral
- 5 crema dental Clordent
- 5 cepillos para perro
- 15 champú con rinse Canamor
- 6 guantes masajeadores
- 50 jabones asuntol
- 10 baño seco esbelt
- 10 loción para machos y hembras:
- 5 espray adiestramiento
- 5 palas recogedoras
- 1 unidad magnetoterapia
- 1 Láser foto estimulación
- 2 Láser para acupuntura
- 15 esencias para ansiedad
- 15 esencias miedo
- 15 esencias buen juicio
- 15 esencia valeriana
- 15 esencias hiperactivos
- 15 esencias alergias
- 15 esencias agresividad
- 15 esencias anti estrés
- 15 esencia travel
- 15 esencia echinacea
- 15 esencias de sangre dragón
- 15 esencias aprendizaje
- 10 esencias de miedo
- 15 esencia de bon relax
- Juguetería
- 24 uniformes anti fluido
- 2 uniformes administrativos
- 20 bultos de comida para caninos
- 20 comederos para caninos
- 15 bebederos caninos
- 45 camas para caninos
- Medicamento e instrumentación quirúrgica
- 1 fonendoscopio littmann
- 1 equipo monitor multiparámetro

- 2 nebulizadores GMR nube 3000 caninos
- 2 Kit glucómetro
- 1 juego de comedor 4 puestos + juego de sala y centro
- 1 televisor LG 43P Smart TV
- 1 cocina integral Ferretti
- 1 kit DVR hd 1080p 4 cámaras Disco duro 1tb
- 1 teléfono inalámbrico N700WCA Motorola
- 6 computadores AIO 23.98 PULG 520-24ARR AMD Ryzen3 46 1t +Antivirus Kapersky
- 1 impresora multifuncional de inyección de tinta micro pieza 4 colores L3110
- 2 combo de baño TAO single
- 1 Changhe para Transportar mascotas
- Adecuaciones inmuebles

1.2.4 Estimación de los costos de inversión. De acuerdo con la inversión inicial solicitada en la siguiente tabla, se refleja una aproximación de los recursos requeridos para el funcionamiento idóneo del hotel.

Cuadro 4. Estimación de los costos de inversión

Activos tangibles	Costo	Activos Intangibles	Costo	Capital de trabajo	Costo
Equipo de oficina	$8.540.000	Software Contable SIIGO	$120.000	Mano de obra	$21.900.000
Inventario Inicial	$28.065.660	Gastos legales	$4.218.210		
Adecuación del inmueble	$30.000.000				
Equipos veterinarios	$12.833.179				
Equipo de computación y comunicación	$11.269.800				
Equipo de transporte	$35.000.000				
Muebles y enseres	$10.590.700				
Total	**$136.299.339**	**Total**	**$4.338.210**	**Total**	**$21.900.000**

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III. LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÒN

Para la presente investigación, entiéndase como organización lo dicho por Marcial Córdoba Padilla quien lo define de la siguiente manera **“**Tiene que ver con el ambiente donde se desarrollará el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación y los principios con los cuales se deben regir” [67]

1. LA EMPRESA

1.1 RAZÒN SOCIAL

TOUR KANINOS HOTEL S.A.S

1.2 CONSTITUCIÒN DE LA EMPRESA

Tour Kaninos Hotel, inicia su constitución legal teniendo en cuenta los siguientes lineamientos:

- **CIIU:** solicitud ante la Cámara de Comercio de Bogotá ubicada en el municipio de Ubaté, permitiendo así establecer el código correspondiente al servicio a prestar para reconocimiento tributario.

Las actividades económicas por las cuales Tour Kaninos hotel se regirá son: el CIIU 9609 Otras disposiciones de servicios personales, el cuidado de servicios domésticos, como residencias y peluquerías para animales, el aseo, la sesión de formación y adiestramiento de las mascotas y el CIUU 7500 actividades veterinarias.[68]

- **Uso de suelo:** solicitud realizada ante la Secretaría de Planeación del municipio de Ubaté, en el cual se logra identificar si el bien inmueble es adecuado y cumple con lo determinado para la ley en cuanto a la actividad que se va a desarrollar.

- **Industria y Comercio**: solicitud realizada ante la secretaría de Hacienda del municipio de Ubaté, permitiendo así realizar la actividad comercial cumpliendo a cabalidad con lo determinado por la ley, además exponer ante el público un aviso para el reconocimiento cognitivo del Hotel canino.

- **Cámara y Comercio:** inscripción de la persona jurídica, libros y actas, solicitando a su vez el Registro Único de Tributación (RUT), solicitud realizada ante la oficina de Cámara y comercio de Bogotá, ubicada en el municipio de Ubaté.

---

[67] Ibid.,p.158.

[68] CAMARA DE COMERCIO. Descripción de actividades económicas código CIUU. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 13, mayo, 2021]. Disponible en Internet: < https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

- **Sayco y Acinpro:** inscripción de la persona jurídica y establecimiento de comercio, para la autorización sobre derechos de autor, ante la oficina de la Organización de Sayco y Acinpro ubicada en el municipio de Ubaté.

- **Bomberos:** solicitud realizada ante la oficina de Bomberos del municipio de Ubaté, con el fin de identificar conceptos técnicos de seguridad y protección contra incendios.
- **Manejo de residuos:** Inscripción realizada ante la oficina de Corporaciones autónomas y desarrollo sostenible (CAR), ubicada en el municipio de Ubaté, con el fin de garantizar un manejo adecuado del residuo y desecho que se obtiene de la actividad realizada.

1.3 TIPO DE EMPRESA

Tour Kaninos Hotel pertenece a Sociedad Anónima simplificada, la cual es constituida por dos (02) socios los cuales cuentan con la misma capacidad de voto y decisión lo cual es establecido en el contrato que consta como documento privado ante la cámara de comercio de Bogotá , teniendo en cuenta que generaron aportes de igual monto aceptando de igual forma las deudas adquiridas para el funcionamiento de la organización[69], esta formalidad no requiere junta directiva debido a que las decisiones corresponden al representante legal, basado en el mutuo acuerdo con los socios interesados.

Para efectos tributarios la sociedad anónima simplificada S.A.S se regirá por las normas aplicables a las sociedades anónimas.

Según la cámara de comercio los requisitos para la constitución de una S.A.S:

> Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
>
> El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
>
> El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
>
> Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial

[69] PRESIDENCIA DE COLOMBIA. Código De Comercio. Bogotá: Unión, 1992. 116-138 p.

o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.[70]

1.4 LOGOTIPO

Figura 8. Logotipo Tour Kaninos Hotel

Fuente: Elaboración propia

1.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

1.5.1 Misión. La misión de Tour Kaninos Hotel, es ser reconocidos por la excelencia en los servicios prestados además de brindar asistencia complementaria, basada en calidad y ética profesional para el cuidado y respeto de la mascota familiar donde sus necesidades básicas como los son alimentación higiene, calidad y demás están suplidas en la ausencia de sus amos.

1.5.2 Visión. Tour Kaninos Hotel espera ser el hotel canino reconocido por calidad y servicio a nivel departamental, caracterizándose por trabajar con tecnología de punta, e innovación referente a los tipos de servicios de cuidado para el canino con personal capacitado fomentando con ello la llegada de nuevos clientes potenciales.

[70] CAMARA DE COMERCIO. Como crear empresa sociedad por acciones simplificada. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 13, mayo, 2021]. Disponible en Internet: < https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

1.5.4 Principios y Valores

Principios

- **Calidad:** en Tour Kaninos Hotel la calidad es un factor primordial buscando los mejores productos para caninos, a precios que favorezcan consumidores y fomente la competencia leal, frente a los demás prestadores de servicios en la provincia de Ubaté.

- **Profesionalismo:** teniendo en cuenta que el hotel busca ser un líder para el mercado canino, el personal está altamente calificado con experiencia en atención idónea para la satisfacción de las necesidades a suplir.

- **Compromiso:** Tour Kaninos Hotel trabaja en beneficio de los caninos, fomentando la responsabilidad, para el cumplimiento de los objetivos empresariales en pro del canino.

- **Comunicación:** en Tour Kaninos Hotel se busca el desarrollo de técnicas que permitan un buen lineamiento organizacional, fomentando un buen desarrollo en las necesidades frente a los objetivos empresariales, prevaleciendo así el cuidado del huésped.

- **Eficacia:** basado en que se busca suplir a los hogares de las mascotas, el hotel Canino busca la implementación de técnicas que cumplan con las necesidades identificadas por los amos de las mascotas, sin importar su raza y tamaño.

Valores

- **Honestidad:** cada uno de los servicios prestados por la organización estarán basados en la calidad y confianza, buscando con ello un reconocimiento por la excelencia en los servicios prestados.

- **Puntualidad:** teniendo en cuenta que la organización presta el servicio de transporte puerta a puerta, se respeta la hora determinada para recoger y entregar al canino, basado en el respeto a los clientes potenciales del hotel.

- **Respeto:** lo primordial para el hotel es ofrecer un servicio que cumpla con las necesidades determinadas por los amos que buscan beneficiar a su canino, es por ello por lo que se busca ser identificado por el buen trato a cada uno del huésped.
- **Integridad:** mantener buenas relaciones interpersonales cliente- empresa, generando así mayor confianza cada vez que se tenga la necesidad de que terceros cuiden a el amigo fiel del hogar.

- **Perseverancia:** fomentar la mejora continua en las actividades desarrolladas con personal adecuado, para que así se logre resaltar el objetivo empresarial, que es priorizar el cuidado del canino.

1.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1.6.1 Objetivo general. Fomentar el cuidado de caninos en la provincia de Ubaté, previniendo el abandono de estos en situaciones externas que impidan el cuidado por parte de sus amos.

1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer confianza y seguridad a nuestros clientes.

- Brindar comodidad asequible de pago, en cada uno de los servicios prestados por el hotel.

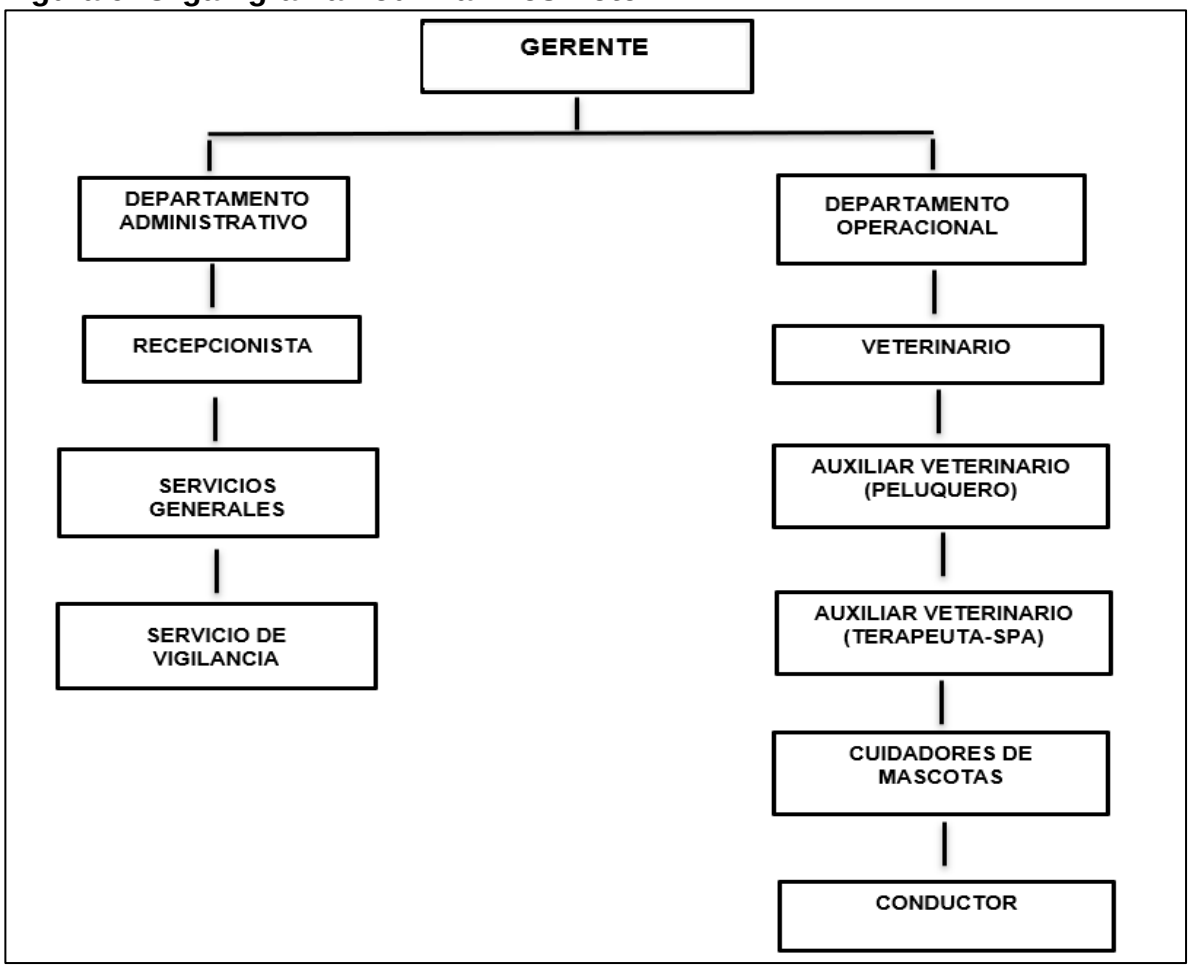
- Promover servicios complementarios dentro del hotel en pro de las necesidades del canino

2. ORGANIZACIÓN

2.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura organizacional por manejar será una estructura lineal debido a que en esta se refleja la jerarquía a operar presentada de manera vertical estableciendo una relación entre sí; determinando el jefe para cada una de las responsabilidades plasmadas en la siguiente figura

Figura 9. Organigrama Tour Kaninos Hotel



Fuente: Elaboración propia

2.2 DESCRIPCIÓN DE RESPONSABILIDADES

- **Gerente:** Fomentar la planeación administrativa, a través de objetivos estratégicos que permitan la integración al mercado competitivo, fijando además metas financieras a corto, mediano y largo plazo.

- **Recepcionista:** servicio de atención al cliente, encargada (o) del CHECK-IN de reservas y cancelaciones de los servicios contratados por parte de los clientes potenciales, imagen corporativa frente a la recepción de estos.

- **Veterinarios:** generar revisiones generales del canino al momento de acudir al hotel, identificando veracidad de las características dadas por el amo son acordes a la revisión veterinaria por parte de los profesionales pertenecientes al hotel, guía principal para cada uno de los servicios prestados por el hotel en donde se

promueve el bienestar de la mascota.

- **Auxiliares Veterinarios:** asistencia veterinaria general, personal encargado de actividades de distracción (juegos) que permitan el acoplamiento en la estadía de estos, además de revisar la higiene de los caninos.

- **Cuidador de Animales**: encargado de la alimentación y bebida de los caninos, además es el encargado de cuidar al huésped en horarios externos a actividades desarrolladas para la distracción del canino.

- **Conductor:** encargado de recoger y entregar al canino para el destino determinado.

- **Servicios Generales:** personal encargado de la imagen corporativa y servicios de cafetería para los pertenecientes a la entidad.

- **Vigilante:** encargado de la vigilancia 24/7, protegiendo a los integrantes de Tour Kaninos Hotel.

CAPÍTULO IV. ESTUDIO FINANCIERO

Para la presente investigación, entiéndase como estudio financiero lo dicho por Marcial Córdoba Padilla quien determina que "Específica las necesidades de recursos a invertir con detalles de las cantidades, su forma de financiación (créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto"[71]

1. PRESUPUESTO

1.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Determina la inversión inicial conformada por activos fijos, intangibles y capital de trabajo necesarios para un funcionamiento idóneo del hotel.

1.1.1 Activos Fijos. "Activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, si no para ser utilizado o explotado por la empresa, con el fin de generar ingresos a futuro con su uso"[72]. Para la presente investigación se contemplaron los siguientes activos reflejados a continuación:

Cuadro 5. Activos fijos

TOUR KANINOS HOTEL			
ACTIVOS FIJOS			
Detalle	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Total**
Nevera Convencional 246 Lt Abba	1	$ 934.900	$ 934.900
Horno microondas 20 litros Abba	1	$ 265.900	$ 265.900
Equipo De Oficina			
Sillas giratorias	8	$ 130.000	$ 1.040.000
Recepción	1	$ 1.500.000	$ 1.500.000
Mesa de juntas	1	$ 1.500.000	$ 1.500.000
Puesto de trabajo	1	$ 2.500.000	$ 2.500.000
Juego de comedor y sala	1	$ 2.000.000	$ 2.000.000
Caja registradora PCR - T280 Casio	1	$ 849.900	$ 849.900
Equipo De Computación Y Comunicación			
Televisor LG 43P Smart TV	1	$ 1.299.900	$ 1.299.900
Computador AIO	6	$ 1.550.000	$ 9.300.000
Impresora multifuncional	1	$ 560.000	$ 560.000
Teléfono inalámbrico Motorola	1	$ 109.900	$ 109.900
Equipo De Transporte			
Changhe para transportar mascotas	1	$ 35.000.000	$ 35.000.000

[71] Ibid.,p..186
[72] GERENCIE. Concepto o definición de activo fijo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/concepto-o-definicion-de-activo-fijo.html>

Cuadro 5 (Continuación)

ACTIVOS FIJOS			
Detalle	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Total**
Veterinaria			
Mesas de control veterinario	3	$ 853.250	$ 2.559.750
Fonendoscopio	1	$ 351.420	$ 351.420
Nebulizadores	2	$ 308.000	$ 616.000
Kit glucómetro	2	$ 191.262	$ 382.524
Medicamentos e instrumentación			$ 4.000.000
Columna para medicamentos	1	$ 1.750.000	$ 1.750.000
Spa			
Unidad magnetoterapia	1	$ 631.303	$ 631.303
Laser foto estimulación	1	$ 1.355.840	$ 1.355.840
Láser para acupuntura	2	$ 593.171	$ 1.186.342
Arrendamiento			
Canon de arrendamiento	12	$ 4.000.000	$ 48.000.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**$ 117.693.679**

Fuente: Elaboración propia

De la anterior tabla se identifican los activos de uso primordial para el funcionamiento idóneo frente al desarrollo económico y social de la entidad, con el fin de conservarlo de acuerdo con su vida útil dependiendo del fin con el cual fue adquirido por parte de la organización.

1.1.2 Activos Intangibles. "Los activos intangibles son aquellos recursos controlados por la entidad como resultado de eventos pasados del cual se esperan beneficios económicos a futuros"[73]. A continuación, se revelan los intangibles para el hotel:

Cuadro 6. Activos intangibles

TOUR KANINOS HOTEL			
ACTIVOS INTANGIBLES			
Detalle	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Total**
GASTOS LEGALES			
Uso de suelo	1	$ 18.000	$ 60.000
Industria y comercio	1	$ 26.752.200	$ 2.024.210
Cámara de comercio	1	$ 294.000	$ 294.000
Bomberos	1	$ 200.000	$ 200.000
Sayco y Acinpro	1	$ 700.000	$ 700.000
Manejo de residuos	1	$ 120.000	$ 1.440.000
Seguridad			
KIT de seguridad 4 cámaras	1	$ 824.900	$ 824.900
Software			
Licencia de SIIGO Profesional	1	$ 1.200.000	$ 1.200.000

[73] GERENCIE. Activos Intangibles. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/activos-intangibles.html#:~:text=Las%20NIIF%20definen%20al%20activo,esperan%20fluyan%20beneficios%20econ%C3%B3micos%20futuros>

Adecuación				
Adecuación del inmueble	1		$	30.000.000
Seguro				
Poliza de seguro todo riesgo	1		$	2.435.171
TOTAL, ACTIVO INTANGIBLE			**$**	**39.178.281**

Fuente: Elaboración propia

Del cuadro 6 se logra identificar los gastos incurridos para la constitución legal del hotel canino, lo cual es primordial para el desarrollo de la presente idea de negocio.

1.1.3 Capital de trabajo. "El capital de trabajo son aquellos recursos disponibles que requiere la empresa a corto plazo para su funcionamiento"[74] los cuales pueden ser identificados en el cuadro 7

Cuadro 7. Capital de trabajo

TOUR KANINOS HOTEL			
CAPITAL DE TRABAJO			
Detalle	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Total**
INVERSIÓN INICIAL			
Capital Propio	1	$ 166.998.170	$ 166.998.170
Préstamo Bancario Bancolombia	1	$ 109.708.666	$ 110.682.734
Salarios			
Contador Publico	1	$ 2.000.000	$ 2.000.000
Recepcionista	1	$ 1.000.000	$ 1.000.000
Veterinario	2	$ 1.800.000	$ 3.600.000
Aux. Veterinario	2	$ 1.200.000	$ 2.400.000
Cuidador Mascotas	2	$ 1.500.000	$ 3.000.000
Conductor	1	$ 2.000.000	$ 2.000.000
Servicios generales	2	$ 1.000.000	$ 2.000.000
Guarda de seguridad	2	$ 1.200.000	$ 2.400.000
Albañil Oficial	1	$ 1.500.000	$ 1.500.000
Aux. de Albañil	2	$ 1.000.000	$ 2.000.000
TOTAL SALARIOS			$ 87.600.000
MATERIA PRIMA			
Peluquería			
Bañeras para mascotas	6	$ 1.500.000	$ 9.000.000
Máquinas para peluquería canina	3	$ 261.467	$ 784.400
Corta uñas para perro pequeño	10	$ 9.000	$ 90.000
Corta uñas para perro mediano	10	$ 11.000	$ 110.000
Corta uñas para perro grande	10	$ 13.000	$ 130.000
Cepillos de salud oral	15	$ 6.900	$ 103.500
Cepillos para perro	5	$ 22.300	$ 111.500
Crema dental clordent	5	$ 20.500	$ 102.500
Champú con rinse Canamor	15	$ 18.000	$ 270.000
Jabones asuntol	50	$ 9.000	$ 450.000

[74] GERENCIE. Capital de Trabajo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL:https://n9.cl/05x5b>

Baño seco esbelt	10	$	17.000	$	170.000
Spray Antipulgas	10	$	16.976	$	169.760
Loción para machos y hembras	10	$	10.000	$	100.000
Toalla para perros	30	$	20.900	$	627.000
Espray adiestramiento	5	$	18.000	$	90.000
Secador para perros B-AIR	2	$	460.000	$	920.000

Cuadro 7 (Continuación)

CAPITAL DE TRABAJO					
Detalle	**Cantidad**	**Valor unitario**		**Total**	
Spa					
Guantes masajeadores	6	$	8.000	$	48.000
Esencia para ansiedad	15	$	22.000	$	330.000
Esencia miedo	15	$	15.500	$	232.500
Esencia buen juicio	15	$	15.500	$	232.500
Esencia valeriana	15	$	15.500	$	232.500
Esencia hiperactivos	15	$	15.500	$	232.500
Esencia alergias	15	$	15.500	$	232.500
Esencia agresividad	15	$	22.000	$	330.000
Esencia anti estrés	15	$	22.000	$	330.000
Esencia travel	15	$	15.500	$	232.500
Esencia echinacea	15	$	15.500	$	232.500
Esencia de sangre dragón	15	$	15.500	$	232.500
Esencia aprendizaje	15	$	15.500	$	232.500
Esencia de bon relax	15	$	15.500	$	232.500
Lima giratoria de uñas para mascotas	4	$	50.000	$	200.000
Alimentación					
Bultos de comida para caninos	30	$	80.000	$	2.400.000
Galletas Kanu Piel y Pelaje	10	$	11.900	$	119.000
Galletas wafers cordero	10	$	22.800	$	228.000
Galletas pollo y mantequilla	10	$	21.800	$	218.000
Galletas pollo y menta	10	$	21.800	$	218.000
Galletas libre de granos	10	$	21.800	$	218.000
Galletas popcorn tocineta y mantequilla	10	$	8.700	$	87.000
Snacks pulmón mypet	10	$	7.700	$	77.000
Snacks arquillos *6	10	$	5.300	$	53.000
Snacks oreja de cerdo	10	$	10.700	$	107.000
Snacks churros	10	$	8.100	$	81.000
Snacks oreja de res	10	$	8.700	$	87.000
Habitación					
Camas	45	$	50.000	$	2.250.000
Bebederos	15	$	14.900	$	223.500
Comederos	20	$	5.300	$	106.000
Cobijas para perros	45	$	19.000	$	855.000
Juguetería					
Hueso comestible	20	$	3.000	$	60.000
Dona comestible	20	$	3.000	$	60.000
Muslo comestible	20	$	4.900	$	98.000

Bolo Macizo pequeño	20	$	8.000	$	160.000
Hueso suave	20	$	9.000	$	180.000
Aro para perro	20	$	8.600	$	172.000
Lazo con aro	20	$	13.800	$	276.000
Bola con hueso	20	$	14.800	$	296.000
Porta snack de hueso rojo	10	$	15.400	$	154.000

Cuadro 7 (Continuación)

CAPITAL DE TRABAJO					
Detalle	**Cantidad**	**Valor unitario**		**Total**	
Juguetería					
Porta snack de hueso verde	10	$	15.400	$	154.000
Porta pasabocas Kong hueso	10	$	34.700	$	347.000
Mordedero palo BBQO	15	$	18.100	$	271.500
Mordedero de palo madera	15	$	19.600	$	294.000
Peluche perro caliente	10	$	20.000	$	200.000
Peluche hamburguesa	10	$	20.000	$	200.000
Peluche Gallo	10	$	20.700	$	207.000
Peluche Kong squiggles surtido *4	10	$	28.000	$	280.000
Peluche elefante	10	$	36.700	$	367.000
Almohadilla caliente	10	$	39.600	$	396.000
Pelota sport	10	$	22.600	$	226.000
Pelota de caucho	10	$	41.000	$	410.000
Pelota de tennis	10	$	30.600	$	306.000
Entrenamiento					
Llantas extreme	6	$	84.000	$	504.000
Kit de entrenamiento para perros	2	$	208.608	$	417.216
Dotación					
Uniformes anti fluido	**24**	$	70.000	$	1.680.000
Uniformes administrativos	**2**	$	200.000	$	400.000
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO				**$**	**33.154.876**

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 7 se identifican las necesidades requeridas por el proyecto con el fin de cumplir a cabalidad con los objetivos propuestos por la organización.

1.1.4 Nomina. Para el desarrollo del hotel canino se identificó la necesidad de contratar un equipo profesional, el cual permita y fomente un reconocimiento a nivel municipal por su excelencia en la prestación de servicios identificando los gastos de la siguiente manera:

Cuadro 8. Nómina

NÓMINA		
Salarios	$	218.695.752,00
Seguridad Social	$	19.143.360,00
Pensión	$	27.025.920,00
Parafiscales	$	20.269.440,00
ARL	$	1.410.088,00
Total	**$**	**286.544.560,00**

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de la nómina se basó en los rangos salariales de Colombia, teniendo en cuenta cada una de las solicitudes referentes a los cargos para los cuales se presentó la vacante.

1.1.5 Póliza De Seguro

Tour Kaninos hotel adquirió una póliza de seguro todo riesgo pyme integral el cual tendrá una cobertura en daños materiales como “incendio, rayos, explosión, daños por agua, deslizamiento, avalancha, terremoto, temblor, erupción volcánica, maremoto”, además de daños internos y el hurto relacionado con los equipos de computación y comunicación, equipo de oficina, herramientas, maquinaria, existencias de dinero e inventario del hotel.

Además, protegerá la responsabilidad civil relacionada con los caninos durante la estadía en el hotel, el cual cubrirá gastos médicos y hospitalarios.
(VER ANEXO B)

1.2 PRESUPUESTO DE OPERACIÒN

“El presupuesto de operación es el plan de actividades generales donde se refleja toda la información financiera de la parte operativa de una entidad, este se encuentra relacionado con todos los departamentos que hacen parte de la organización”[75].

11.2.1 Presupuesto de ingresos. “En el presupuesto de ingresos refleja las aspiraciones que se tiene en cuanto a las ventas para los periodos determinados, luego de haber determinado el dinero y tiempo a invertir para alcanzar las metas fijadas”[76].

Cuadro 9. Presupuesto de ingresos peluquería - canino pequeño

PELUQUERÍA CANINO PEQUEÑO		
Servicio	**Vlr. unitario**	
Baño con Champú y jabón	$	17.000,00
Uñas cortadas y pulidas	$	7.000,00
Limpieza de oídos	$	10.000,00
Corte y Cepillado	$	15.000,00
Lavado de dientes	$	2.000,00
Drenaje de Glándulas Paranales	$	2.000,00
Loción	$	2.000,00
Onces (Snacks/galletas)	$	1.000,00

[75] IMPULSA. Presupuesto de Operaciones. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.sistemaimpulsa.com/blog/que-es-un-presupuesto-de-operaciones/>
[76] CÒRDOBA. Op,cit.,p. 23

Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**61.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 10. Presupuesto de ingresos peluquería canino mediano

PELUQUERÍA CANINO MEDIANO		
Servicio	**Vlr. unitario**	
Baño con Champú y jabón	$	19.000,00
Uñas cortadas y pulidas	$	9.000,00
Limpieza de oídos	$	10.000,00
Corte y Cepillado	$	17.000,00
lavado de dientes	$	3.000,00
Drenaje de Glándulas Paranales	$	3.000,00
Loción	$	3.000,00
Onces (Snacks/galletas)	$	1.500,00
Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**70.500,00**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 11. Presupuesto de ingresos peluquería canino grande

PELUQUERÍA CANINO GRANDE		
Servicio	**Vlr unitario**	
Baño con Champú y jabón	$	21.000,00
Uñas cortadas y pulidas	$	10.000,00
Limpieza de oídos	$	10.000,00
Corte y Cepillado	$	20.000,00
lavado de dientes	$	5.000,00
Drenaje de Glándulas Paranales	$	5.000,00
Loción	$	3.000,00
Onces (Snacks/galletas)	$	2.000,00
Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**81.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 12. Presupuesto de ingresos spa

PRESUPUESTO DE INGRESOS		
Spa		
Servicio	**Vlr unitario**	
Paquete de 3 sesiones(30 mnt c/u) de magnetoterapia	$	120.000,00
Baño relajante con esencias	$	22.000,00
Paquete de 3 sesiones (20 mnt c/u) de foto estimulación.	$	200.000,00
Paquete de 3 sesiones (15-30 mnt c/u) de acupuntura	$	80.000,00
Masajes relajantes (20 mnt c/u) con musicoterapia	$	15.000,00
Alimentación	$	4.000,00
Onces (snacks/galletas)	$	1.000,00
Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**447.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 13. Presupuesto de ingresos spa

PRESUPUESTO DE INGRESOS		
Spa		
Servicio	**Vlr unitario**	
Baño relajante con esencias	$	22.000,00
Masajes relajantes (20 mnt c/u) con musicoterapia	$	15.000,00
Alimentación	$	4.000,00
Onces (Snacks/galletas)	$	1.000,00
Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**47.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 14. Presupuesto de ingresos alojamiento canino pequeño

PRESUPUESTO DE INGRESOS		
Alojamiento Canino Pequeño		
Servicio	**Vlr unitario**	
Habitación 1 noche + alimentación	$	29.000,00
Habitación semana + Alimentación	$	200.000,00
Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**234.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 15. Presupuesto de ingresos alojamiento canino mediano

PRESUPUESTO DE INGRESOS		
Alojamiento canino mediano		
Servicio	**Vlr unitario**	
Habitación 1 noche + alimentación	$	35.000,00
Habitación semana + Alimentación	$	230.000,00
Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**270.000,00**

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 16. Presupuesto de ingresos alojamiento canino grande

PRESUPUESTO DE INGRESOS		
Alojamiento canino grande		
Servicio	**Vlr unitario**	
Habitación 1 noche + alimentación	$	40.000,00
Habitación semana + Alimentación	$	280.000,00
Servicio de transporte puerta a puerta	$	5.000,00
Total	**$**	**325.000,00**

Fuente: Elaboración propia

De la información reflejada anteriormente para los próximos 5 años, los datos se basan en cada uno de los servicios previamente identificados como una necesidad para el cliente potencial identificado dentro de la provincia de Ubaté.

1.2.2 Presupuesto de egresos. "El presupuesto de egresos hace parte del presupuesto general de la empresa en el cual se logra identificar los costos necesarios para operar el negocio, basado en cada uno de los departamentos que hacen parte del funcionamiento de la organización"[77], estos son revelados en el cuadro 17

Cuadro 17. Presupuesto de egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS 2021		
Detalle	**Valor**	
Servicios públicos		
Luz	$	2.484.000,00
Agua	$	2.040.000,00
Gas	$	180.000,00
Internet/ Tv/ Telefonía	$	1.440.000,00
Préstamo Bancario		
Abono a capital e interés		$ 33.137.613,92
Nómina		
Salarios	$	220.727.290,00
Seguridad Social	$	19.065.500,00
Pensión	$	26.916.000,00
Parafiscales	$	20.187.000,00
Arl	$	2.515.866,00
Total	**$**	**328.693.269,92**

Fuente: Elaboración propia

La información presentada en el cuadro 17 refleja los gastos incurridos para el funcionamiento del Hotel Canino durante su primer año de funcionamiento, todo esto basado en estudios previos en la zona de ubicación para temas referentes a servicios públicos, también se puede identificar el valor abonado al préstamo bancario adquirido por los inversionistas, además se refleja el gasto incurrido para el pago de nómina/aportes en el cubrimiento con terceros.

1.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

"El punto de equilibrio permite definir el nivel de ventas necesario para cubrir los costos totales incurridos por la empresa para su funcionamiento ideal, al cubrir los costos y llegar a este se espera que el mismo incremente con el fin de obtener mayor beneficio económico"[78], para el presente proyecto se determina el siguiente

[77] Ibid. p.197.
[78] GERENCIE. Punto de Equilibrio. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/ymx3u>

punto de equilibrio:

Cuadro 18. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO		
Costos Fijos	$	350.995.656
Precio de Venta	$	361.680.000
Costo Variable	$	103.631.865
Margen de Venta	$	258.048.315
Punto de Equilibrio	**$**	**1,4**

Fuente: Elaboración propia

Se puede identificar para el punto de equilibrio los costos e ingresos incurridos dentro del funcionamiento del hotel para su primer año, en el cual se puede evidenciar que se requiere generar la prestación de 1,4 servicios complementarios mensualmente, reflejando así momento indicado en el cual las ventas cubrirán los costos logrando reconocer con ello la viabilidad del proyecto en estudio.

1.4 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS

"Se determina a partir del estado de situación financiera de tal manera que permita calcular las variaciones (aumentos y disminuciones) de activo, pasivo y patrimonio del periodo actual frente a un periodo anterior"[79], para el hotel canino se presentan las siguientes variaciones:

[79] GERENCIE. Fuentes de Usos y Recursos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/determinacion-y-explicacion-de-las-fuentes-y-usos.html

Cuadro 19. Estado de Origen y Aplicación de Recursos

ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS					
TOUR KANINOS HOTEL					
Cuentas	**ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA**				
	2021	**2022**	**Aumento**	**Disminución**	
Banco	$ 46.604.419,00	$ 187.324.315,28	$ 140.719.896,28		Aplicación
Efectivo y equivalente	$ 71.610.164,08	$ 39.962.975,08		-$ 31.647.189,00	Fuente
Anticipo de impuestos	$ 4.718.210,00	$ 4.906.938,40	$ 188.728,40		Aplicación
Materia Prima	$ 12.194.760,00	$ 16.000.000,00	$ 3.805.240,00		Aplicación
Juguetería	$ 6.035.716,00	$ 10.000.000,00	$ 3.964.284,00		Aplicación
Accesorios	$ 13.674.400,00	$ 10.000.000,00		-$ 3.674.400,00	Fuente
Construcciones en curso	$ 30.000.000,00	$ -			
Equipo de oficina	$ 9.655.800,00	$ 7.511.920,00		-$ 2.143.880,00	Fuente
Equipo de Computación	$ 11.269.800,00	$ 7.256.920,00		-$ 4.837.780,00	Fuente
Equipo Médico Científico	$ 11.083.179,00	$ -			
Transporte	$ 35.000.000,00	$ 28.000.000,00		-$ 7.000.000,00	Fuente
Depreciación	-$ 6.857.930,00	-$ 13.715.860,00	-$ 6.857.930,00		Aplicación
Seguro	$ 2.435.171,00	$ 2.435.171,00			
Programa para Computador	$ 1.200.000,00	$ 1.200.000,00			
Dotación	$ 6.240.000,00	$ 6.700.000,00	$ 460.000,00		Aplicación
Arrendamiento	$ 48.000.000,00	$ 48.000.000,00			
Obligaciones Bancarias	$ 86.081.430,92	$ 57.802.669,88		-$ 28.278.761,04	Aplicación
Capital suscrito y pagado	$ 166.024.101,60	$ 166.024.101,60			Aplicación
Utilidad del ejercicio anterior		$ 50.758.156,79			
Utilidad en el ejercicio	$ 50.758.156,79	$ 80.997.451,69	$ 30.239.294,90		Aplicación
TOTAL	**$ 605.727.378,40**	**$ 711.164.759,73**			

Fuente: Elaboración propia

Con la información anteriormente reflejada se obtienen las variaciones en la situación financiera del Hotel en los dos primeros periodos contables, reflejando la aplicación y origen de los fondos de la entidad.

2. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

"El estado proforma son estados financieros proyectados los cuales se pronostican con un año de anticipación los cuales revelan los ingresos y costos esperados para el año siguiente, además muestra la posición financiera esperada"[80], para este proyecto se logran identificar de la siguiente manera.

Cuadro 20. Estados financieros proforma

ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA						
TOUR KANINOS HOTEL						
Código	cuenta	ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA				
		2021	2022	2023	2024	2025
1110	Banco	$ 46.604.419,00	$ 187.324.315,28	$ 195.735.224,36	$ 213.583.957,96	$ 232.435.905,70
1305	Efectivo y equivalente	$ 71.610.164,08	$ 39.962.975,08	$ 56.548.733,60	$ 45.259.975,74	$ 46.557.261,07
1355	Anticipo de impuestos	$ 4.718.210,00	$ 4.906.938,40	$ 5.100.000,00	$ 5.700.000,00	$ 6.000.000,00
1405	Materia Prima	$ 12.194.760,00	$ 16.000.000,00	$ 18.000.000,00	$ 21.000.000,00	$ 24.000.000,00
1435	Juguetería	$ 6.035.716,00	$ 10.000.000,00	$ 8.500.000,00	$ 10.000.000,00	$ 12.000.000,00
1455	Accesorios	$ 13.674.400,00	$ 10.000.000,00	$ 7.000.000,00	$ 5.000.000,00	$ 7.000.000,00
1508	Construcciones en curso	$ 30.000.000,00	$ -	$ -	$ -	$ 6.000.000,00
1524	Equipo de oficina	$ 9.655.800,00	$ 7.511.920,00	$ 6.572.930,00	$ 5.633.940,00	$ 4.694.950,00
1528	Equipo de Computación	$ 11.269.800,00	$ 7.256.920,00	$ 4.837.880,00	$ 2.418.940,00	$ -
1532	Equipo Médico Científico	$ 11.083.179,00	$ -		$ -	$ 4.500.000,00
154095	Transporte	$ 35.000.000,00	$ 28.000.000,00	$ 24.500.000,00	$ 21.000.000,00	$ 17.500.000,00
1592	Depreciación	-$ 6.857.930,00	-$ 13.715.860,00	-$ 20.573.790,00	-$ 32.276.164,00	-$ 39.134.094,00
	Seguro	$ 2.435.171,00	$ 2.435.171,00	$ 2.435.171,00	$ 2.435.171,00	$ 2.435.171,00
171016	Programa para Computador	$ 1.200.000,00	$ 1.200.000,00	$ 1.400.000,00	$ 1.400.000,00	$ 1.600.000,00
171060	Dotación	$ 6.240.000,00	$ 6.700.000,00	$ 7.000.000,00	$ 7.000.000,00	$ 7.200.000,00
170525	Arriendo	$ 48.000.000,00	$ 48.000.000,00	$ 50.000.000,00	$ 50.000.000,00	$ 52.000.000,00
	TOTAL ACTIVO	**$ 302.863.689,08**	**$ 355.582.379,76**	**$ 367.056.148,96**	**$ 358.155.820,70**	**$ 384.789.193,77**
2105	Obligaciones Bancarias	$ 86.081.430,93	$ 57.802.669,88	$ 28.967.254,96	$ -	$ -
	TOTAL PASIVO	**$ 86.081.430,93**	**$ 57.802.669,88**	**$ 28.967.254,96**	**$ -**	**$ -**
3105	Capital suscrito y pagado	$ 166.024.101,60	$ 166.024.101,60	$ 166.024.101,60	$ 166.024.101,60	$ 166.024.101,60
	Utilidad del ejercicio anterior		$ 50.758.156,79	$ 80.997.451.69	$ 91.067.340,61	$ 101.064.378,45
3605	Utilidad en el ejercicio	$ 50.758.156,79	$ 80.997.451.69	$ 91.067.340,61	$ 101.064.378,45	$ 117.700.713,09
	TOTAL PATRIMONIO	**$ 216.782.258,39**	**$ 297.779.710,09**	**$ 338.088.893,91**	**$ 358.155.820,67**	**$ 384.789.193,77**
	TOTAL	**$ 302.863.689,32**	**$ 355.558.379,97**	**$ 367.056.148,96**	**$ 358.155.820,67**	**$ 384.789.193,77**

Fuente: Elaboración propia

[80] GÓMEZ, Giovanny. Estados Financieros Proforma. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gestiopolis.com/estados-financieros-pro-forma/#autores>

2.1 ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA

Cuadro 21. Estado de Resultados del Inversionista

ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA					
	2021	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**
Ventas totales	$ 361.680.000,00	$ 368.913.600,00	$ 387.359.280,00	$ 410.600.836,80	$ 439.342.895,38
(-) Devoluciones	$ -	$ -			
(=) VENTAS NETAS	**$ 361.680.000,00**	**$ 368.913.600,00**	**$ 387.359.280,00**	**$ 410.600.836,80**	**$ 439.342.895,38**
(-) Costo de venta	$ 248.835.840,00	$ 213.232.061,00	$ 216.921.196,80	$ 225.830.460,24	$ 263.605.737,23
Utilidad bruta en ventas	$ 112.844.160,00	$ 155.681.539,00	$ 170.438.083,20	$ 184.770.376,56	$ 175.737.158,15
(-) Gastos de operación	$ 6.144.000,00	$ 6.833.280,00	$ 7.204.268,40	$ 7.255.079,14	$ 7.593.282,30
Gastos de distribución	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos de administración	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
=TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	**$ 106.700.160,00**	**$ 148.848.259,20**	**$ 163.233.814,80**	**$ 177.515.297,42**	**$ 168.143.875,85**
Utilidad de operación	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Gastos de no operación	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Gastos financieros	$ 33.137.613,92	$ 33.137.613,92	$ 33.137.613,92	$ 33.137.613,92	$ -
=GANANCIAS ANTES DE IMPUESTO	**$ 73.562.546,08**	**$ 115.710.645,28**	**$ 130.096.200,08**	**$ 144.377.683,50**	**$ 168.143.875,85**
Y reserva legal	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) Reserva legal	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Impuesto sobre la renta	$ 22.804.389,28	$ 34.713.193,58	$ 39.028.860,26	$ 43.313.305,05	$ 50.443.163,75
=**UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO**	**$ 50.758.156,79**	**$ 80.997.451,69**	**$ 91.067.340,61**	**$ 101.064.378,45**	**$ 117.700.713,09**

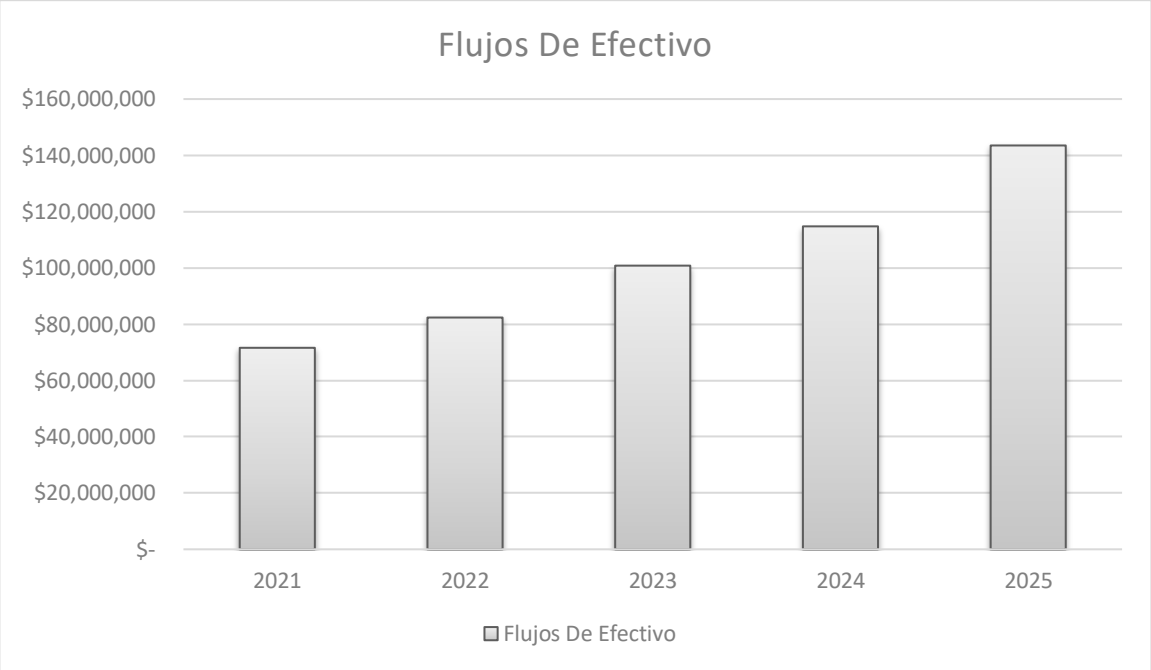
Fuente: Elaboración propia

Del cuadro 21 se logra evidenciar la situación financiera del hotel canino revelando las utilidades a generar durante los periodos proyectados, teniendo en cuenta que los estados proforma permiten generar herramientas de mejoramiento continuo logrando con ello un crecimiento y reconocimiento dentro del mercado al cual se pretende pertenecer.

2.2 FLUJOS DE EFECTIVO

"El flujo de efectivo permite determinar la capacidad de la organización para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones a terceros y con sus proyectos de inversión y expansión además permite hacer un estudio con incidencia en la generación de efectivo". [81]

Gráfica 22. Flujo de efectivo



Fuente: Elaboración propia

El flujo de efectivo proyectado para los primeros cinco años del Hotel canino permite identificar la viabilidad de la organización, ya que en estos se puede reflejar el cumplimiento con terceros por obligaciones adquiridas, además de evidenciar la utilidad generada para cada uno de los inversionistas en los periodos determinados.

[81] GERENCIE. Estado de flujos de efectivo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/8ieuu>

3. EVALUACIÓN FINANCIERA

"La evaluación financiera es la parte final del estudio de factibilidad, el cual permite comprobar si la inversión propuesta será económicamente rentable"[82].

Cuadro 22. Indicadores financieros

INDICADORES FINANCIEROS	
Valor Actual Neto	$ 206.493.161
Tasa Interna de Retorno	22%
Costo/ Beneficio	1,854
Periodo de recuperación de la inversión	2,696506006

Fuente: Elaboración propia

Mediante los indicadores financieros reflejados en la tabla anterior se logra identificar que el proyecto es factible debido a que la inversión puede ser recuperada dentro 2 años 6 meses, por cada peso que se invierte se genera 1,85 pesos de recuperación, además indica que los beneficios son mayores a los costos; el inversionista recibirá un 22% cada mes como tasa de rentabilidad frente a la inversión generada, por el cual se ve reflejado el funcionamiento de la organización, con ello se da a conocer la aceptación del proyecto en estudio debido a que la TIR supera la tasa de interés bancaria adquirida para la financiación inicial.

[82] CÒRDOBA, Op.,cit,p.281.

3.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

"El análisis de sensibilidad es una técnica que estudia cómo afecta un aumento o disminución en valores determinados sobre el resultado final en un análisis financiero"[83].

Cuadro 23. Análisis de sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD					
Inversión	**TIR**	**VPN**	**B/C**	**CAUE**	**PRI**
Base	22%	$ 206.493.161	1,854251386	$ 43.314.593,32	2,696506006
-$ 284.000.000,00	0,205998324	$ 199.315.556	1,806633923	$ 41.808.998,55	2,767577834
-$ 260.000.000,00	0,242773816	$ 222.935.279	1,973400132	$ 46.763.538,78	2,533698017
-$ 230.000.000,00	0,297088653	$ 252.459.932	2,230800149	$ 52.956.714,06	2,241348246
-$ 290.000.000,00	20%	$ 193.410.625	1,769255291	$ 40.570.363,49	2,826047788

Fuente: Elaboración propia

Mediante el análisis de los diferentes escenarios posibles de la proyección estudiada, se logra identificar que al realizar variaciones en la inversión inicial el periodo de recuperación supera los tres años, por lo cual se evidencia viabilidad en la creación del hotel canino dentro de la provincia de Ubaté

[83] ARIAS, Enrique. Análisis de Sensibilidad. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-sensibilidad.html>

3.2 IMPACTO (SOCIAL, ECONÓMICO, CULTURAL, AMBIENTAL DEL PROYECTO)

3.2.1 Impacto Social y Cultural. Con la creación de Tour Kaninos Hotel se contribuye a un impacto socio -cultural positivamente debido a que generará trabajo formal para aquellos profesionales pertenecientes a la provincia de Ubaté capacitados en cuanto a lo solicitado como entidad; permitiendo con ello la prestación de servicios con calidad. Además, se busca fomentar el cuidado idóneo de la mascota familiar, con servicios 24 horas 7 días a la semana previniendo el abandono de caninos dentro de la provincia.

3.2.2 Impacto Económico. Con la creación de Tour Kaninos Hotel se generarán grandes beneficios económicos debido a que se fortalecerán servicios existentes dentro del municipio de Ubaté de los cuales se evidencie mayor necesidad por parte de habitantes y visitantes dentro de la provincia, permitiendo así cubrir con servicios complementarios las necesidades de los consumidores primordiales además de fomentar un incremento de competencia leal el cual beneficie a la comunidad en general.

3.3.3 Impacto Ambiental. Con la creación del hotel canino se fomentará el aprovechamiento de espacio rural dentro del municipio de Ubaté en donde los caninos pueden desarrollar actividades sin riesgo alguno, se propende el cuidado ambiental y preservación de la flora dando cuidado a esta con la recolección adecuada de residuos de origen animal, previniendo la contaminación a las fuentes hídricas pertenecientes al municipio. Además, se cumplirá con la normatividad ambiental vigente.

CAPITULO V. DISPOSICIONES FINALES

1. CONCLUSIONES

En el desarrollo de la presente investigación, se ha podido llegar a las siguientes conclusiones:

- El estudio de factibilidad refleja la viabilidad para la creación de un hotel canino en la provincia de Ubaté.

- Con el estudio de mercado se puede evidenciar la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta que dentro de población entrevistada se obtuvieron datos en los cuales se evidencia la aceptación del hotel canino el cual sea dedicado a cada uno de los cuidados esenciales para sí canino

- De acuerdo con el estudio técnico se logró identificar insumos, maquinarias y servicios necesarios en cuanto al cuidado diario del canino, logrando concluir además la ubicación más acorde para el cumplimiento de las necesidades del cliente potencial, por lo tanto, se determina que la zona más adecuada para el hotel es la vereda GETSEMANÍ, en la cual se evidencia área rural en donde las mascotas podrán realizar actividades sin riesgo alguno.

- Por medio del estudio administrativo se logra estructurar la parte legal y organizacional requerida por parte de TOUR KANINOS HOTEL; por otro lado, se determina la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto logrando así una proyección de estados financieros a (5 años) en los cuales se logra identificar una recuperación financiera a partir del tercer año, afirmando así la factibilidad del proyecto en cuanto a la aceptación del mercado creciente dentro de la provincia de Ubaté.

2. RECOMENDACIONES

De acuerdo con la viabilidad identificada en el estudio realizado para la creación de un Hotel para Caninos en el municipio de Ubaté, se proponen las siguientes recomendaciones:

- Con el fin de generar un reconocimiento ideal dentro del mercado, se recomienda la promoción y promulgación a través de los diferentes medios de comunicación, logrando atraer aquellos clientes que buscan servicios complementarios para el cuidado de su amigo fiel.

- En un inicio se pretende que la ubicación del hotel sea en un predio por medio de arriendo, se recomienda generar la compra de dicho inmueble a un corto plazo debido al bajo costo identificado dentro de la zona siendo esta la más viable para el proyecto, logrando con ello una ampliación estructural la cual beneficie el cumplimiento de los objetivos organizacionales a un mediano plazo.

- Se recomienda generar acuerdos económicos con los proveedores, debido a los incrementos constantes en las compras solicitadas: de acuerdo al crecimiento que se espera según proyecciones financieras realizadas.

- Se recomienda estudios frecuentes en cuanto a las necesidades para el cuidado del canino, debido a que dentro del municipio la tenencia de las mascotas familiares aumenta y el sector al que se busca pertenecer no generan mejoras continuas evadiendo con ello una competitividad eficiente dentro del mercado perteneciente.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÌA DE UBATÈ. “Plan De Desarrollo Municipal 2020-2023 Una Nueva Ubaté”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/GcgkM>

ALVAREZ DELGADO, Luisa y VARGAS SERRANO, Brigitte. Estudio de factibilidad parala creación de un hotel de mascotas especializado, en la ciudad de Girardot. Bogotá: Universidad de Cundinamarca. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Pregrado en Administración de Empresas. 2019. p.9.

ANDALUCIA EMPRENDE. Fundación Pública Andaluza. Veterinaria para mascotas. [en línea]. Andalucía – España: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/?q=es/guia/cl%C3%ADnica-veterinaria-para-mascotas>

ARIAS, Enrique. Análisis de Sensibilidad. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-sensibilidad.html>

BLURADIO. Zootaxi. transporte puerta a puerta. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/umjcn>

CANES CLUB HOUSE. Servicios Canes Club. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://ranchokanperrosfelices.com/guarderia-y-hotel/>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. Decreto 2483 (28, diciembre, 2018). por medio del cual se compilan y actualizan los marcos técnicos de las Normas de Información Financiera NIIF para el Grupo 1 y de las Normas de Información Financiera, NIIF para las Pymes, Grupo 2, anexos al Decreto 2420 de 2015, modificado por los Decretos 2496 de 2015, 2131 de 2016 y 2170 de 2017, respectivamente, y se dictan otras disposiciones. Bogotá: El Congreso, 2018.p.6.

_ _ _ _ _ _ _ _. Decreto 410 (27, marzo, 1971). Por el cual se expide el Código de Comercio. Bogotá: El Congreso, 1971. p. 3.

_ _ _ _ _ _ _ _. Ley 140. (23, junio, 1994). Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el territorio nacional. Bogotá, 1994.p.1

_ _ _ _ _ _ _ _. Ley 1429. (29, diciembre, 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Bogotá, 2010.p.1.

_ _ _ _ _ _ _ _. Ley 527. (19, agosto, 1999). Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Bogotá, 1999.p.1.

_ _ _ _ _ _ _ _. Ley 576. (15, febrero, 2000). Por la cual se expide el Código de Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia y zootecnia <sic>. Bogotá,2000. p.1

_ _ _ _ _ _ _ _. Ley 590. (10, julio, 2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa". Bogotá, 2000.p.1.

_ _ _ _ _ _ _ _. Ley 84. (27, diciembre 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. Bogotá, 1989.p.1.

CÒRDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogotá: Eco ediciones, 2011.p.62

CORVO, Helmut. Teoría del Mercado". [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/SgZNe>

CRUZ ROJA. Centro Canino Guardería. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.cruzrojabogota.org.co/guarderia-canina>

DANE. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Censo Nacional de Poblacional y Vivienda. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/sociedad/cnpv-2018/>

DAZA ROJAS, Lina y GARCÍA URIBE, Angélica. Manual de gestión de residuos clínicos generados en veterinarias de Bogotá. Bogotá. Universidad Militar Nueva Granada. Especialización En Planeación Ambiental y Manejo Integral De Los Recursos Naturales).2019. p.45.

DOGBUDDY. Te presentamos el alojamiento de perros en un lugar acogedor. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://es.dogbuddy.com/alojamiento-de-perros>

ECHEVERRIA MARTINEZ, David. Diseño de un plan de negocio para la creación de una guardería para el cuidado y la atención de caninos en la ciudad de Valledupar. Bucaramanga: Universidad de Santander. Facultad de Ciencias Exactas Naturales y Agropecuarias. Pregrado Médico Veterinario y Zootecnista.

2020.p.12.

ENTREPRENEUT. Servicio de transporte para mascotas. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.entrepreneur.com/article/291697>

GERENCIE. Activos Intangibles. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/activos-intangibles.html#:~:text=Las%20NIIF%20definen%20al%20activo,esperan%20fluyan%20beneficios%20econ%C3%B3micos%20futuros>

_ _ _ _ _ _ _ _. Capital de Trabajo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL:https://n9.cl/05x5b>

_ _ _ _ _ _ _ _. Concepto o definición de activo fijo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/concepto-o-definicion-de-activo-fijo.html>

_ _ _ _ _ _ _ _. Estado de flujos de efectivo. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/8ieuu>

_ _ _ _ _ _ _ _. Fuentes de Usos y Recursos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gerencie.com/determinacion-y-explicacion-de-las-fuentes-y-usos.html

_ _ _ _ _ _ _ _. Punto de Equilibrio. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/ymx3u>

GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA. “Bicentenario de la Independencia de Cundinamarca”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/ryzFJ>

_ _ _ _ _ _ _ _. Plan Departamental de Desarrollo 2020-2024 “Cundinamarca Región Que Progresa”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/QGgAh>

GÓMEZ, Giovanny. Estados Financieros Proforma. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.gestiopolis.com/estados-financieros-pro-forma/#autores>

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, María del Pilar. Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill Education, 2014.p.168

IMPLIKA. La peluquería canina estética y salud para tu perro. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://acortar.link/c1RgG>

IMPULSA. Presupuesto de Operaciones. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.sistemaimpulsa.com/blog/que-es-un-presupuesto-de-operaciones/>

JAIMES OLIVEROS, Luisa. BARRETO SANCHEZ, Julieth y MONROY SEPULVEDA, Richard. Estudio de Factibilidad para la creación de un hotel para mascotas caninas en la ciudad de Cúcuta: Cúcuta: Universidad Libre. Pregrado en Ingeniería Industrial.2017. p.11.

LA RED ZOOCIAL. Es Su Mascota Un miembro Más de su Familia. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.elespectador.com/noticias/actualidad/es-su-mascota-un-miembro-mas-de-su-familia/>

MARIN HERRERA, Katherine y PANTOJA MELO, Yuliana. Plan de negocios para una guardería de perros en la vereda Filo Bonito de Pereira. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira Pregrado en Ingeniería Industrial. 2020.p.8.

MASCOTAS FOYEL. Spa para mascotas, la moda de estos últimos tiempos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://n9.cl/s7sx>

MINISTERIO DE SALUD. Tenencia Responsable de Mascotas [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Tenencia-responsable-de-mascotas.aspx>

MIS ANIMALES. Como escoger un buen hotel para perros. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL:https://misanimales.com/escoger-hotel-perros/>

MONTENEGRO ALDANA, Jessica y ROMERO RODRÍGUEZ, Astrid. Estudio de Viabilidad para la creación de un espacio exclusivo para perros en la ciudad de Bogotá. Bogotá: Universidad del Bosque. Pregrado en Ingeniería Industrial. 2019.p.8.

NACIONES UNIDAS. Objetivos de Desarrollo Sostenible. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/?fbclid=IwAR3H4dkHZw6odYtS4p7S8BoCoR2nOLGvXMtZPVGa6CqDZUD-o2CqoJtZjqI>

NUBIKA. Spa para perros tu mascota más relajada que nunca. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: <https://n9.cl/r0g3f0>

OF LABORATORY ANIMAL RESOURCES COMMISION ON LIFE SCIENCES NATIONAL RESEARCH COUNCIL. Guía para el cuidado y uso de los animales de laboratorio. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.nap.edu/read/10929/chapter/1>

OKVET. Medicina Veterinaria. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://okvet.co/que-es-una-veterinaria/>

OLIVER, Diana. “Residencias Para Mascotas”. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.webconsultas.com/mascotas/cuidado-de-la-mascota/peluquerias-caninas-mucho-mas-que-estetica>

PERRONALIDAD. Tienda Perronalidad. [en línea]. Antioquia: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://perronalidad.com.co/>

PETSONIC. Los Perros también Pueden Sufrir Depresión. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 21, septiembre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.petsonic.com/blog/los-perros-tambien-pueden-sufrir-depresion/>

RANCHO KAN PERROS FELICES. Reinventándonos frente a los desafíos para ayudar a las mascotas. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 21, septiembre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://ranchokanperrosfelices.com/guarderia-y-hotel/>

RAULINO SILVA. Hotel Canino y Felino. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 19, octubre, 2020]. Disponible en Internet: < URL: https://www.archdaily.co/co/932052/hotel-canino-y-felino-raulino-silva>

REVISTA EMPRESARIAL & LABORAL. El mercado de las mascotas en Colombia crece un 13%. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://revistaempresarial.com/industria/grafica/el-mercado-de-las-mascotas-en-colombia-crece-un-13/>

REVISTA PETMI. Necesidades de un perro para ser feliz. [en línea]. Guatemala: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL : https://revistapetmi.com/necesidades-de-un-perro-para-ser-feliz/>

REVISTA SEMANA. El confinamiento motiva a adoptar y a comprar mascotas a los colombianos. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.semana.com/empresas/articulo/compra-y-adopcion-

de-mascotas-en-colombia-durante-la-cuarentena/299722/>

RIQUELME, Matías. Teoría de la ventaja competitiva. [en línea]. Bogotá: El Autor [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.emprendices.co/teoria-la-ventaja-competitiva/>

SNAU. “Servicio de Perros a Domicilio y a tu Medida. [en línea]. Bogotá: El sitio [citado 6, febrero, 2021]. Disponible en Internet: < URL: https://www.snau.es/hotel-perros-que-es-tipos>

ANEXOS

ANEXO A.

ENCUESTA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El siguiente instrumento sirve como herramienta para el desarrollo de la monografía con él tema: Estudio De Factibilidad Para La Creación De Un Hotel Canino En El Municipio De Ubaté; con el fin de obtener el título de Contador Público.

Nos permitimos informarle que esta encuesta es de manera confidencial y voluntaria, debido a que los resultados serán tabulados; es primordial el uso y manejo de medios tecnológicos que le permitan el desarrollo idóneo de la presente encuesta, se le solicita y agradece su colaboración con respuestas basadas en la verdad.

A continuación, responda las siguientes preguntas.

1. De acuerdo con su edad, a continuación, elija su rango

a. 15 años a 25 años
b. 26 años a 35 años
c. 36 años a 45 años
d. 46 años a 55 años
e. Más de 56 años

2. Sexo

a. Mujer
b. Hombre

3. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

a. Estrato 1
b. Estrato 2
c. Estrato 3
d. Estrato 4
e. Estrato 5

4. De acuerdo con su actividad económica, su ocupación es

a. Independiente
b. Comerciante
c. Ganadero
d. Ama de casa

e. Pensionado
f. Otra

5. ¿Cuenta con caninos en su hogar?

a. Si
b. No

6. ¿Cuantos caninos habitan en su hogar?

a. 1
b. 2
c. 3
d. 4
e. Más de 4

7. ¿Cuál es el tamaño de su canino?

a. Pequeño (5 a 14 Kg)
b. Mediano (15 a 24 Kg)
c. Grande (25 a 40Kg)

8. ¿En qué lugar duerme su canino?

a. Cama de perro
b. Sofá familiar
c. Habitación
d. Otra

9. Está dispuesto a contratar los servicios de un hotel canino en el municipio de Ubaté

a. Si
b. No

10. ¿Su perro(s) tienen algún mal hábito?

a. Ladra en exceso
b. Pelea con otros perros
c. Hace sus necesidades en cualquier lado
d. Muerde todo con lo que juega
e. No tiene malos hábitos

11. ¿Su canino requiere algún cuidado especial?

a. Si
b. No

12. ¿Si su respuesta anterior fue si, que tipo de cuidado especial requiere?

a. Sufre de algún tipo de alergia
b. Medicamentos (Oral, tópica)
c. Dieta especial
d. Terapia física
e. Ninguna

13. ¿Qué tipo de alimento consume su canino?

a. Comida casera
b. Comida orgánica
c. Comida medicada
d. Comida industrial (Purina)

14. ¿Cuándo se ausenta de su hogar quien se encarga de su canino?

a. Lo(s) llevo conmigo
b. Un familiar
c. Un vecino
d. Se queda solo

15. ¿Con que frecuencia deja al cuidado de terceros su canino?

a. Una vez al año
b. Dos veces al año
c. Más de tres veces al año
d. No se ha tenido la necesidad

16. ¿Ha tenido alguna experiencia con centros de cuidado canino dentro de la provincia de Ubaté?

a. Si
b. No

17. ¿Cuál es el promedio que está dispuesto a invertir para el cuidado de su canino?

a. $60.000 a $120.000
b. $121.000 a $180.000
c. 181.000 a $240.000
d. $241.000 a $300.000

e. Más de $300.000

18. Al momento de adquirir un servicio de hospedaje/ cuidado para su canino, que factores tiene en cuenta?

a. Costo de los servicios
b. Variedad de servicios ofrecidos
c. Infraestructura
d. Equipo profesional
e. Todas las anteriores

19. ¿Qué zonas considera significativas al momento de contratar un servicio de cuidado para su canino?

a. Zona de alimentación
b. Zona de juegos
c. Zona spa/ peluquería
d. Zona de descanso
e. Todas las anteriores

20. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera el hotel?

a. Fotografía
b. Heladería
c. Emparejamiento (bodas)
d. Natación
e. Adiestramiento
f. Seguimiento a través de video
g. Otro

21. ¿A través de qué medios electrónicos, le gustaría recibir información de su mascota durante el tiempo de estadía?

a. Redes sociales
b. Correo electrónico
c. Mensaje de texto
d. Otro

ANEXO B.

COTIZACIÓN POLIZA DE SEGURO

TODO RIESGO PYME INTEGRAL

COTIZACION

INFORMACION GENERAL

RAMO / PRODUCTO	COTIZACION	VERSION	FECHA EXPEDICION	OFICINA MAPFRE	INTERMEDIARIO	CLAVE
250 / 623	5314212002053	1	12-may.-2021	COMERCIO ELECTRONICO	SOLER GARCIA JUAN DANIEL	11667

NIT / CC	TOMADOR	ACTIVIDAD PREDIO	CIUDAD PREDIO
1003648108	PANCHE KAREN	HOSPEDAJE	UBATE
TIPO VALOR ASEGURADO			

BIENES ASEGURADOS	VALOR DE LOS BIENES $
EDIFICIO	48.000.000,00
Indice Variable Edificio 10 %	4.800.000,00
CONTENIDOS	
Equipos de Computo	9.269.800,00
Equipos	0,00
Equipo medico y/o cientifico-especializado	0,00
Equipos Moviles y Portatiles	2.000.000,00
Muebles y Enseres	100.000.000,00
Herramientas	50.000.000,00
Maquinaria	0,00
Obras de Arte	0,00
Existencias	70.000.000,00
Dinero Efectivo y Titulos	20.730.000,00
Indice Variable Contenidos 10 %	16.126.980,00
VALOR TOTAL BIENES	320.926.780,00

Respetado(a) Señor(a):

PANCHE KAREN

Para mayor información acerca de nuestro producto TODO RIESGO PYME INTEGRAL, comuniquese con nuestro asesor de seguros o en cualquiera de nuestras oficinas MAPFRE.

Activar
Ve a Con

COBERTURAS	VALOR ASEGURADO $	DEDUCIBLES
SECCION PRIMERA - AMPARO BASICO - TODO RIESGO DANO MATERIAL	299.999.800	NO APLICA
Incluye: Incendio y/o rayo, Explosion,Extension de amparos		
Danos por agua, Anegacion,Deslizamiento, Avalancha.		
Indice Variable	20.926.980	
SUBTOTAL SECCION PRIMERA	**320.926.780**	
SECCION SEGUNDA - TERREMOTO TEMBLOR Y/O ERUPCION VOLCANICA - MAREMOTO	299.999.800	3 % ABLE Min 3 (SMMLV)
Incluye: Tsunami (Solo ciudades Costeras) 100% sin Coaseguro		
Indice Variable	20.926.980	
SUBTOTAL SECCION SEGUNDA	**320.926.780**	
SECCION TERCERA HMACC AMIT	299.999.800	10 % PERD Min 2 (SMMLV)
Incluye: Huelga, Motin, Asonada, Conmocion Civil ,Actos Mal Intencionados de Terceros		
Indice Variable	20.926.980	
SUBTOTAL SECCION TERCERA	**320.926.780**	

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windo

SECCION CUARTA DANO INTERNO	11.269.800	10 % PERD Min 1 (SMMLV)
Equipos de Computo	9.269.800	
Equipos	N.C.	
Equipo medico y/o cientifico-especializado	N.C.	
Equipos Moviles y Portatiles	2.000.000	

LA EXPEDICION DE LA PRESENTE COTIZACION NO IMPLICA ACEPTACION DEL RIESGO. LOS TERMINOS Y CONDICIONES AQUI SEÑALADOS ESTAN SUJETOS A LA INSPECCION Y APROBACION DEL RIESGO OBJETO DEL SEGURO. EN CASO DE MODIFICACION DEL ESTADO DEL RIESGO DURANTE LA VIGENCIA DE LA COTIZACION MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A., PODRA REFORMAR LOS TERMINOS Y CONDICIONES INICIALMENTE SEÑALADOS Y EMITIRA UNA NUEVA COTIZACION.

LA PRESENTE COTIZACION TENDRA UNA VIGENCIA DE QUINCE (15) DIAS COMUNES CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE SU EXPEDICION.

LA INFORMACION CONTENIDA EN ESTA COTIZACION FUE PROPORCIONADA EN SU TOTALIDAD POR EL SOLICITANTE, DE ESTA MANERA LOS VALORES DE LA COTIZACION SE MANTENDRAN SIEMPRE Y CUANDO ESTA INFORMACION SE ENCUENTRE DEBIDAMENTE SOPORTADA.

Maquinaria	N.C.	
Indice Variable Contenidos 10 %	1.126.980	
SUBTOTAL SECCION CUARTA	11.269.800	
SECCION QUINTA HURTO CALIFICADO	251.999.800	10 % PERD Min 2 (SMMLV)
Equipos Computo	9.269.800	
Equipos	N.C.	
Equipo medico y/o cientifico-especializado	N.C.	
Equipos Moviles y Portatiles	2.000.000	
Muebles y Enseres	100.000.000	
Herramientas	50.000.000	
Maquinaria	N.C.	
Obras de Arte	N.C.	
Existencias	N.C.	
Valores en Transito	N.C.	
Dinero Efec. y Titulos Val.	20.730.000	20 % PERD Min 3 (SMMLV)
Indice Variable Contenidos 10 %	17.253.960	
SUBTOTAL SECCION QUINTA	251.999.800	
SECCION SEXTA PERDIDAS CONSECUENCIALES		
Lucro Cesante por Rotura	N.C.	
SECCION SEPTIMA INFIDELIDAD DE EMPLEADOS		
Infidelidad de Empleados	20.000.000	10 % PERD Min 1.5 (SMMLV)
SUBTOTAL SECCION SEPTIMA	**20.000.000**	
SECCION OCTAVA RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL		
Responsabilidad Civil Extracontractual	1.000.000.000	10 % PERD Min 2 (SMMLV)
SUBTOTAL SECCION OCTAVA	**1.000.000.000**	
SECCION NOVENA ACCIDENTES PERSONALES		
SUBTOTAL SECCION NOVENA		
ASISTENCIAS		
ASISTENCIA DOMICILIARIA PYME	INCLUIDA	
ASESORIA LEGAL INTEGRAL TELEFONICA	INCLUIDA	
ASESORIA INTEGRAL TRIBUTARIA TELEFONICA	INCLUIDA	
SERVICIO DE ASISTENCIA INFORMATICA REMOTA - CIBERLEX	INCLUIDA	

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windo

NIT 891.700.037-9 Cra. 14 No. 96 - 34 PBX: 6503300 fax: 6503400 www.mapfre.com.co E-mail: mapfre@mapfre.com.co A.A.: 28525 T 891.700.037-9 Cra. 14 No. 96 - 34 PBX: 6503300 fax: 6503400
N.C. : NO CONTRATADO ABLE : VALOR ASEGURABLE SMMLV: SALARIOS MINIMOS MENSUALES LEGALES VIGENTES SMDLV : SALARIO MINIMO DIARIO LEGAL VIGENTE
VTE-095-ABR/03 N.D. : NO DECLARADO PERD : VALOR DE LA PERDIDA VAP : VALOR ASEGURABLE DEL PREDIO AFECTADO H: HURTO SIMPLE HC: HURTO CALIFICADO

Valores Cotizacion		Subtotal en PESO COLOMBIANO	Valor en Pesos Impuesto a las ventas	Total a Pagar en Pesos Colombianos
TOTAL PRIMA NETA	GASTOS DE EXPEDICION			
2,041,362	5,000	2,046,362	388,809	2,435,171

ANEXO DE COBERTURAS SUBLIMITADAS

Los Sublimites aplican sin infraseguro	LIMITES DE INDEMNIZACION	DEDUCIBLES
SUBLIMITES DANOS APLICA SECCION PRIMERA SEGUNDA Y TERCERA		
Rotura Accidental de Vidrios	100% de la suma asegurada de Edificio y Contenidos	
Bienes o Alimentos Refrigerados	50% de la suma asegurada de Existencias	
Remocion de Escombros	20% de la suma asegurada de Edificio y Contenidos	
Gastos Extincion del Fuego, Incluido el Costo de los Medios de extincion	10% de la suma asegurada de Edificio y Contenidos	
Gastos Incurridos en la Preservacion de Bienes no Destruidos	10% de la suma asegurada de Edificio y Contenidos	
Honorarios de Auditores, Contadores, Arquitectos,Ingenieros u otros profesionales	10% de la suma asegurada de Edificio y Contenidos	
Gastos Adicionales	5% de la suma asegurada de Edificio y Contenidos	
Gastos de Reposicion de Archivo	10% de la suma asegurada de Contenidos	
Danos a Calderas u otros Aparatos generadores de vapor Solo Seccion Primera	N.C.	
Propiedad personal de empleados	10% de la suma asegurada de Contenidos, maximo SMMLV 40	
Danos Estetico	10% de la suma asegurada de Edificios, maximo SMMLV 15	
Bienes Bajo Cuidado Tenencia y Control	5% de la suma asegurada de Mercancias, maximo SMMLV 20	
Tabletas Electronicas	10% de la suma asegurada de Equipos moviles y Portatiles, maximo SMMLV 5	
SUBLIMITES SECCION DANO INTERNO		
Bienes o Alimentos Refrigerados	50% de la suma asegurada de Existencias	
Gastos Para Reposicion de Informacion	10% de la suma asegurada de Equipos de Computo	
Tabletas Electronicas	10% de la suma asegurada de Equipos moviles y Portatiles, maximo SMMLV 5	
SUBLIMITES SECCION HURTO CALIFICADO		
Hurto de Equipos y Equipos de Computo de Oficina	N.C.	
Danos por Hurto Calificado	10% de la suma asegurada de la SECCION, maximo SMMLV 20	
Tabletas Electronicas	10% de la suma asegurada de Equipos moviles y Portatiles, maximo SMMLV 5	
Bienes Bajo Cuidado Tenecia y Control	10% de la suma asegurada de Mercancias, maximo SMMLV 3	
SUBLIMITES SECCION LUCRO CESANTE		
Gastos de viaje y estadia para funcionarios.	N.C.	
Honorarios, Auditores, Revisores y Contadores	N.C.	
Incendio y/o Rayo en Aparatos Electricos	N.C.	
Proveedores, distribuidores y procesadores	N.C.	
Suspesion de Servicios	N.C.	
SUBLIMITES SECCION RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRACONTRACTUAL		
Responsabilidad Civil Patronal	50% de la suma asegurada de la SECCION por Evento/Vigencia, maximo por persona SMMLV 50	
Gastos Medicos y Hospitalarios	10% de RCE por Evento y 15% en la vigencia, maximo por persona SMMLV 15	
Responsabilidad Civil Parqueaderos	20% de RCE Evento / Vigencia	10 % PERD Min 1 (SMMLV)
Responsabilidad Civil Contratistas y Subcontratistas	20% de RCE Evento / Vigencia	10 % PERD Min 1 (SMMLV)
Responsabilidad Civil Productos.	50% de RCE Evento / Vigencia	10 % PERD Min 1 (SMMLV)
Responsabilidad Civil Vehiculos propios y no propios	20% de RCE Evento / Vigencia	10 % PERD Min 1 (SMMLV)
Bienes Bajo Cuidado Tenencia y Control	20% de RCE Evento / Vigencia	5 % PERD
Costos de Proceso	10% de RCE Evento / Vigencia	
Responsabilidad Civil Cruzada	20% de RCE Evento / Vigencia, maximo SMMLV 50	
SUBLIMITES SECCION INFIDELIDAD EMPLEADOS		
Empleados No Identificados	50 % de la suma asegurada de la SECCION	10 % PERD Min 2 (SMMLV)
Empleados Temporales o de firmas especializadas	50 % de la suma asegurada de la SECCION	10 % PERD Min 2 (SMMLV)