

Universidad de Lima
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Carrera de Ingeniería Industrial



ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSPEDAJE PARA MASCOTAS CINCO ESTRELLAS

Trabajo de investigación para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial

Maria Denisse Lescano Bocanegra

20050648

Asesor

Luis Teodomiro Moy Vargas

Lima-Perú

Febrero de 2019



**PREFEASIBILITY STUDY FOR THE
CREATION OF A STAR FIVE PET
HOTEL**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	1
EXECUTIVE SUMMARY	3
CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES.....	5
1. Problemática de investigación	5
1.1 Tema	5
1.2. Problemática	5
1.3 Análisis de las 5 fuerzas del sector.	5
1.2. Objetivos de investigación.....	7
1.2.1. Objetivo general.....	7
1.2.2. Objetivos específicos	7
1.3 Alcances y limitaciones de la investigación.	7
1.4 Justificación y delimitación de la investigación	7
1.4.1 Justificación técnica	7
1.4.2 Justificación económica	8
1.4.3 Justificación social	8
1.5. Hipótesis de trabajo	8
1.6 Marco referencial	8
1.7 Marco conceptual.....	9
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	11
2.1 Aspectos generales del estudio de mercado.....	11
2.1.1 Definición comercial del servicio	11
2.1.2. Principales características del servicio	11
2.1.2.1. Usos y características del servicio	11
2.1.2.2. Servicios sustitutos y complementarios	12

2.1.3. Determinación del área de influencia del servicio	12
2.1.4. Análisis del sector	13
2.1.5. Determinación de la metodología que se empleará en la investigación de mercado.....	14
2.2. Análisis de la demanda	14
2.2.1. Demanda histórica	14
2.2.2. Demanda potencial.....	14
2.2.2.1. Patrones de consumo: incremento poblacional, consumo per cápita, estacionalidad.....	14
2.2.2.2. Determinación de la demanda potencial	16
2.2.3. Demanda mediante fuentes primarias	17
2.2.3.1. Diseño y Aplicación de Encuestas u otras técnicas	17
2.2.3.2. Determinación de la Demanda.....	18
2.3. Análisis de la oferta	18
2.3.1. Análisis de la competencia. Número de operadores y ubicaciones	18
2.3.2. Características del servicio ofertado por los principales competidores	18
2.3.3 Planes de ampliación existentes.....	20
2.4. Determinación Demanda para el proyecto.....	21
2.4.1. Segmentación del mercado	21
2.4.2. Selección de mercado meta / 2.4.3 Demanda específica para el proyecto.....	21
2.5. Definición de la Estrategia de Comercialización.....	22
2.5.1. Políticas de plaza	22
2.5.2. Publicidad y promoción	22
2.5.3. Análisis de precios	22
CAPÍTULO III. LOCALIZACIÓN DEL SERVICIO	25
3.1 Identificación y análisis detallado de los factores de localización	25
3.2 Identificación y descripción de las alternativas de localización.	26
3.3 Evaluación y selección de localización.....	27

CAPÍTULO IV. DIMENSIONAMIENTO DEL SERVICIO.....	29
4.1 Relación tamaño-mercado	29
4.2 Relación tamaño-recursos	30
4.3 Relación tamaño-tecnología	31
4.4 Relación Tamaño-Inversión.....	31
4.5 Relación Tamaño-punto de equilibrio	33
CAPÍTULO V. INGENIERÍA DE PROYECTO.....	34
5.1 Definición del servicio basada en sus características de operación	34
5.1.1 Especificaciones técnicas del servicio	34
5.2. Proceso para la realización del servicio	35
5.2.1 Descripción del proceso del servicio	35
5.2.2 Diagrama del flujo del proceso	37
5.3 Tecnología, instalaciones y equipo	38
5.3.1. Selección de la tecnología, instalaciones y equipo	38
5.3.2. Descripción de la tecnología.....	38
5.4 Capacidad instalada	44
5.4.1 Cálculo de la capacidad instalada del servicio.....	44
5.4.2 Cálculo detallado del número de recursos por el servicio	44
5.5 Resguardo de calidad	45
5.5.1 Calidad del proceso y del servicio	45
5.5.2 Niveles de satisfacción del cliente	46
5.5.3 Medidas de resguardo de calidad	47
5.6 Impacto ambiental.....	48
5.7. Seguridad y salud ocupacional	48
5.8 Sistema de mantenimiento	50
5.9 Programa de operaciones del servicio	51
5.9.1 Consideraciones sobre la vida útil del proyecto	51

5.9.2 Programa de operaciones del servicio durante la vida útil del proyecto.....	51
5.10 Requerimiento de materiales, personal y servicios.....	51
5.10.1 Materiales para el servicio	51
5.10.2 Determinación del requerimiento de personal de atención al cliente	54
5.10.3 Servicio de terceros.....	55
5.10.4.1 Energía eléctrica	55
5.10.4.2 Agua.....	56
5.11. Soporte físico del servicio.....	56
5.11.1. Factor edificio	56
5.12. Disposición de la instalación del servicio.....	57
5.12.1. Disposición general.....	57
5.12.2. Disposición de detalle.....	57
5.12.2.1 Análisis relacional.....	57
5.12.2.2 Plano Detallado.....	61
CAPÍTULO VI. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	64
6.1 Organización empresarial	64
6.2 Requerimiento de personal directivo, administrativo y de soporte interno del servicio.....	65
6.3 Esquema de la estructura organizacional y funciones generales de los principales puestos	66
CAPÍTULO VII. ASPECTOS ECONÓMICOS.....	71
7.1. Inversiones	71
7.1.1. Inversión en la infraestructura para el servicio.....	71
7.1.2. Capital de trabajo	71
7.2. Costos de las operaciones del servicio.....	72
7.2.1. Costos de materiales del servicio.....	72
7.2.2. Costo de los servicios (energía eléctrica, agua, transporte, etc.)	72
7.2.3. Costo del personal.....	73

7.2.3.1. Personal de atención al cliente	73
7.2.3.2. Personal de soporte interno del servicio	73
7.3. Presupuestos Operativos	74
7.3.1. Presupuesto de ingreso por ventas	74
7.3.2. Presupuesto operativo de costos	74
7.3.3. Presupuesto operativo de gastos administrativos.....	75
7.4. Presupuestos Financieros	75
7.4.1. Presupuesto de Servicio de Deuda.....	75
7.4.2. Presupuesto de Estado Resultados	76
7.4.3. Presupuesto de Estado de Situación Financiera.....	77
7.5. Flujo de fondos netos	78
7.5.1. Flujo de fondos económicos	78
7.5.2. Flujo de fondos financieros.....	79
CAPÍTULO VIII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	80
8.1. Evaluación económica: VAN, TIR, B/C, PR.....	80
8.2. Evaluación financiera: VAN, TIR, B/C, PR.....	80
8.3. Análisis de ratios (liquidez, solvencia, rentabilidad) e indicadores económicos y financieros del proyecto	81
CAPÍTULO IX. EVALUACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO	82
9.1. Identificación de las zonas y comunidades de influencia del proyecto	82
9.2. Impacto social del proyecto	82
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS.....	86
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS.....	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Relación de principales hospedajes en Lima	23
Tabla 3.1. Ponderación de los factores de localización	26
Tabla 3.2. Puntaje del factor costo.....	27
Tabla 3.3. Puntaje del factor de adaptabilidad	28
Tabla 3.4. Ranking de factores	28
Tabla 4.1 Participación de tipos de mascotas según APEIM 2016.....	29
Tabla 4.2. Detalle de inversión de maquinaria y/o equipos	32
Tabla 4.3 Relación tamaño-punto de equilibrio.....	33
Tabla 4.4. Ficha técnica de ducha eléctrica	39
Tabla 4.5. Ficha técnica de secadora para macotas	40
Tabla 4.6. Ficha técnica de cámara de seguridad.....	40
Tabla 4.7. Ficha técnica de máquina trotadora	41
Tabla 4.8. Ficha técnica de lavadora.....	42
Tabla 4.9. Ficha técnica de aire acondicionado... ..	43
Tabla 5.1. Tablas de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgo... ..	49
Tabla 5.2. Matriz de mantenimiento de los equipos.	50
Tabla 5.3. Proyección de demanda anual.....	50
Tabla 5.4. Detalle de colaboradores del proyecto.....	54
Tabla 5.5. Detalle del consumo en kwatts de cada activo	55
Tabla 5.6. Análisis relacional.....	59
Tabla 5.7. Lista de motivos.....	59
Tabla 6.1. Requerimiento del personal	66
Tabla 6.2. Perfil del puesto del recepcionista	68
Tabla 6.3. Perfil del puesto del auxiliar	68
Tabla 6.4. Perfil del puesto del asistente.....	69
Tabla 6.5. Perfil del puesto del personal de seguridad.....	69
Tabla 6.6. Perfil del puesto de personal de médico veterinario	70
Tabla 6.7. Perfil del puesto de personal de chofer	70
Tabla 6.8. Perfil del puesto de personal de contador.	70
Tabla 6.9. Perfil del puesto de personal del encargado de limpieza	71
Tabla 6.9. Perfil del puesto de personal del jardinero.....	71

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Análisis de las 5 fuerzas del sector.....	8
Figura 2.1. Distribución de Hogares según NSE 2016 – L.M....	15
Figura 2.2. Distribución de zonas APEIM por niveles 2016 – L.M.	17
Figura 2.3. Resultados de pregunta N° 7	18
Figura 2.4 Resultados de pregunta N° 8	19
Figura 2.5. Distribución de Hogares según NSE 2016 – L.....	23
Figura 4.1. Participación de tipos de mascotas según APEIM 2016....	32
Figura 5.1. Diagrama de Flujo del proceso.....	36
Figura 5.2. Diagrama relacional	59
Figura 5.3. Plano de la primera planta	60
Figura 5.4. Plano de la segunda planta	61
Figura 5.5. Plano de la tercera planta.....	62
Figura 6.1. Organigrama	65

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo se desarrollará el estudio de prefactibilidad para determinar la viabilidad técnico-económica de un hospedaje para mascota 5 estrellas, con el fin de presentar una alternativa diferenciada en servicio vs lo que hoy en día se tiene en el mercado para cuando se requiera dejar a las mascotas en un lugar seguro y confiable.

En el primer capítulo, se hace mención a los principales objetivos y la hipótesis con la que se da inicio al estudio; así también se tratan algunos puntos como las justificaciones técnicas, económicas y sociales.

En segundo capítulo, se llevó a cabo el estudio de mercado para la elaboración del servicio, determinando principalmente el nivel socioeconómico A y B como mercadometa para la ejecución del proyecto. Realizando una encuesta de 365 personas se obtuvo una aprobación del 85,2 % entre las edades de 20 y 70 años.

En el tercer capítulo, se analizaron las posibles ubicaciones del local. Empleando el método de ranking de factores, se evaluaron el costo y la adaptabilidad de las alternativas de localización; obteniendo como resultado el distrito de Pachacamac en el departamento de Lima.

En el cuarto capítulo, se analizaron diversos factores para determinar el tamaño del local más adecuado, obteniendo como resultado la relación tamaño/tecnología con una capacidad de 32 400 servicios al año.

En el quinto capítulo, se analizó el tipo de proceso y maquinaria más adecuada para obtener un servicio de calidad. Se desarrolló el diagrama de flujo del proceso para una mejor visión de todas las operaciones de cada etapa; también se revisó la disposición de planta en forma general y detallada, donde se determinó un área total de 4 300 metros cuadrados.

En el sexto capítulo, se analizó el requerimiento del personal directivo, administrativo y de soporte interno del servicio, logrando conocer la cantidad de personas por puesto y las funciones a desempeñar.

En el séptimo capítulo, se analizaron los aspectos económicos; detallando los costos tangibles e intangibles, así como los costos de mano de obra directa e indirecta.

En el octavo capítulo, se concluye que este proyecto es técnica y económicamente viable a nivel prefactibilidad al analizar los resultados obtenidos de fondos económicos y financieros, entre los cuales tenemos:

- VAN y TIR económica: 124 793 y 16,66% respectivamente.
- VAN y TIR financiera: 200 428 y 19,79% respectivamente.

Palabras clave: mascota, hotel, prefactibilidad, proyecto, servicio



EXECUTIVE SUMMARY

In the present work, a pre-feasibility study will be developed to determine the technical and economic viability of a 5-star pet housing, in order to present a differentiated alternative in service vs. what is currently available in the market for when it is required to leave pets in a safe and reliable place.

In the first chapter, the main objective and the hypothesis with which the study is initiated are mentioned, as well as some points such as technical, economic and social justifications.

In the second chapter, a market study was carried out for the preparation of the service, mainly determining the socioeconomic level A and B as the target market for the execution of the project. A survey of 365 people obtained an approval rating of 85,2% between the ages of 20 and 70.

In the third chapter, the possible locations of the premises were analysed. Using the factor ranking method, the cost and adaptability of the location alternatives were evaluated, resulting in the Pachacamac district in the department of Lima.

In the fourth chapter, various factors were analyzed to determine the size of the most suitable location, resulting in the size/technology ratio with a capacity of 32 400 services per year.

In the fifth chapter, the type of process and machinery most suitable for obtaining a quality service was analysed. The process flow diagram was developed for a better view of all the operations of each stage; the plant layout was also reviewed in a general and detailed manner, where a total area of 4 300 square meters was determined.

In the sixth chapter, the requirements of the management, administrative and internal support personnel of the service were analyzed, obtaining to know the number of people per position and the functions to be performed.

In the seventh chapter, the economic aspects were analyzed; detailing tangible and intangible costs, as well as direct and indirect labor costs.

In the eighth chapter, it is concluded that this project is technically and economically feasible at the pre-feasibility level when analyzing the results obtained from economic and financial funds:

- NPV y IRR económica: 124 793 y 16,66% respectively.
- NPV y IRR financiera: 200 428 y 19,79% respectively.

Finally, in the ninth chapter, a social evaluation of the project was carried out, identifying the zones and communities of influence.

Keywords: pet, hotel, prefeasibility, project, service



CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES

1. Problemática de investigación

1.1. Tema

Estudio de prefactibilidad para la creación de un Hotel para mascotas 5 estrellas.

1.2. Problemática

En Lima, no se encuentra con muchos lugares apropiados y confiables donde los clientes tengan la seguridad de encargar a sus mascotas al momento de realizar un viaje o encontrarse ausentes todo el día por motivos de trabajo.

Según CPI 2016 el 62,4% de las familias en Lima tienen mascotas, lo cual representa un millón y medio, si asumimos una por hogar. Además de ello, si bien sabemos que existen hoteles para mascotas, éstos no se encuentran ubicados en zonas céntricas de acuerdo a lo informado por el diario El Comercio en julio del 2015, representando un problema para los clientes al momento de acceder y ahorrar tiempo en distancia.

Por otro lado, al analizar los 10 mejores hoteles para mascotas en Lima, según la página web de k9 travesías, solo una de ellas cuenta con cámara de seguridad para que pueda monitorear las 24 horas del día a su mascota, por lo que no permite al cliente tener mucha confianza con la mayoría de los hospedajes.

1.3. Análisis de las 5 fuerzas del sector.

- **Poder de negociación con los clientes:** El poder de negociación es bajo, debido a que podrían optar por dejar a sus mascotas en otros hospedajes o incluso en veterinarias que realizan el servicio de cuidado.
- **Poder de negociación con los proveedores:** El poder de negociación con los proveedores es bajo, debido a que hoy en día tenemos en el mercado distintos tipos de precios en los que podemos adquirir insumos y servicios.
- **Amenaza de nuevos competidores:** La amenaza de nuevos competidores es baja, debido al incremento en los tres últimos años, según diario El Comercio.

- **Amenaza de productos sustitutos:** La amenaza de productos sustitutos es alta, debido a que puede ser sustituida por otro tipo de hospedaje para mascotas. Esto se debe, según el diario El Comercio en julio del 2015, por el incremento de los nuevos locales en los cuales pueden albergar a cientos de perros o gatos.
- **Rivalidad entre los competidores:** La rivalidad entre los competidores es media, debido a que existen en Lima varios hospedajes para mascotas con el fin de brindar una adecuada atención, cada uno desarrollando una estrategia para poder fidelizarse con el cliente.

Figura 1.1.

Análisis de las 5 fuerzas del sector



Considerando que la amenaza de la competencia y lugares o locales sustitutos es alta, debemos darle mayor importancia a los valores agregados y/o diferenciales de nuestro hotel con precios competitivos a fin de que sea un proyecto exitoso. De esta manera conseguiremos fidelizar con mayor rapidez a nuestros clientes, captar nuevos y poder tener una mejor negociación con los proveedores.

1.2. Objetivos de investigación

1.2.1. Objetivo general

El objetivo consiste en determinar la viabilidad técnica, económica y de mercado de la instalación de un hospedaje para mascotas con monitoreo las 24 horas del día mediante una aplicación desde el celular; con el fin de generar confianza y tranquilidad al dejarnos en cuidado a sus mascotas.

1.2.2. Objetivos específicos

- Estimar la demanda existente y así poder determinar la participación en el mercado.
- Determinar la disponibilidad de los equipos, productos e insumos necesarios para el abastecimiento de nuestro local.
- Cuantificar la inversión necesaria y los costos asociados al desarrollo de este proyecto, teniendo en cuenta nuestra principal inversión en las cámaras a través de una aplicación en el celular.
- Calcular la rentabilidad económica y financiera de este proyecto.

1.3. Alcances y limitaciones de la investigación.

El presente estudio analizará la demanda de mascotas (perros, gatos, entre otros) en los hogares limeños en los últimos años para poder desarrollar la capacidad máxima de alojamiento en el local. De igual manera se analizará todos los cuidados alimenticios, médicos y recreativos que la mascota requiera para un mejor cuidado.

El proyecto se desarrollará en un periodo máximo de un año y en los sectores socioeconómicos A y B.

1.4. Justificación y delimitación de la investigación

1.4.1. Justificación técnica

Actualmente existen varios proveedores y distribuidores de comidas y accesorios para mascotas, así como equipos e instalaciones necesarias para el desarrollo de nuestro proyecto.

1.4.2. Justificación económica

Dado el incremento de 60% de mascotas por familias limeñas, según Ipsos Apoyo en los últimos años, se espera un crecimiento en la demanda, contribuyendo en la mejora económica de nuestro proyecto.

1.4.3. Justificación social

Con este proyecto se busca incentivar el cuidado por las mascotas en los hogares limeños, brindándoles cuidados personalizados y seguridad. Por otro lado, se estaría generando nuevos puestos de trabajo con personal que viva cerca de la zona laboral.

1.5. Hipótesis de trabajo

El desarrollo de un hotel para mascotas de servicio personalizado mediante una aplicación móvil; es factible pues existe un mercado que va a aceptar el servicio, es tecnológicamente viable y además se cuenta con disponibilidad de productos e insumos para operar con éxito económico y financiero el proyecto.

1.6. Marco referencial

En el año 2007, Adriana Veloza Martínez realizó el trabajo de investigación “Proyecto de factibilidad para la creación de un hotel para mascotas tipo 5 estrellas”, dicho trabajo presenta similitud con nuestro proyecto con el cual nos enfocamos en un cuidado personalizado para las mascotas (perros, gatos entre otros).

En el año 2009, María Emilia Cardona Quiñonez y Yesenia Sánchez Severino realizaron el trabajo de investigación “Hoteles Caninos. Nueva Tendencia de Hoteles Temáticos”, este trabajo tiene como uno de sus objetivos al igual que el nuestro la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente tanto interno como externo.

En el año 2012, Zulieth Yoana Medina Andrade realizó el trabajo de investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una guardería de mascotas en la empresa Mascolandia de la ciudad de Ocaña Norte de Santander”, dicho trabajo presenta similitud con nuestro proyecto el cual se enfoca en brindarle aparte de la guardería un adiestramiento y entrenamiento personalizado a la mascota.

En el año 2014, Katherine Marín Herrera y Yuliana Pantoja Melo realizaron el Trabajo de Investigación “Guardería de Perros en la Vereda Filo Bonito de Pereira”,

el cual al igual que nuestro proyecto se preocupa por la 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 dado.

En el año 2017, Katia Flores Guevara realizó el trabajo de investigación “Hospedaje para mascotas de los sectores A y B de los distritos de La Molina, Miraflores, San Borja, San Isidro y Santiago de Surco”, dicho trabajo presenta igualmente similitud con el nuestro al tener como objetivo dar un servicio de calidad a la mascota con espacios adecuados y un cuidado médico las 24 horas del día.

La principal diferencia es que tendremos un monitoreo las 24 horas del día a través de un aplicativo móvil, considerando que si se presentara alguna emergencia contaremos con un médico cercano para una atención inmediata

1.7. Marco conceptual

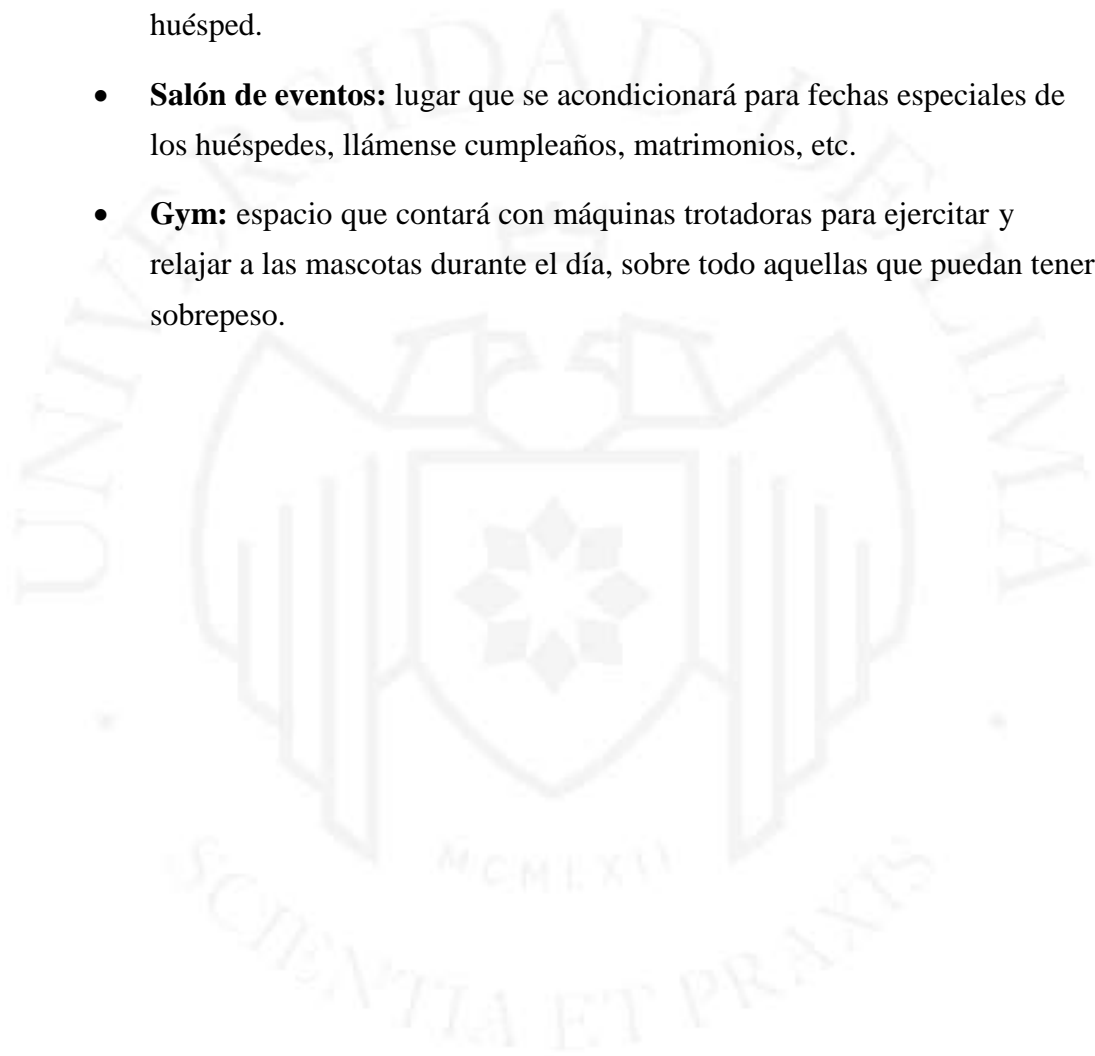
Para la elaboración del proyecto, se ha propuesto utilizar varias herramientas de ingeniería para mejorar el servicio de hospedaje para mascotas, la cual se está incrementado estos últimos años en la ciudad de Lima.

Mediante esta propuesta, se pretende dar un cuidado más personalizado a la mascota y brindarles todas las comodidades que usted y su mascota necesita para poder obtener un día laboral o vacaciones sin preocupaciones, ya que podrá contar con un monitoreo completo del día a día de su mascota.

La terminología por utilizar es la siguiente:

- **Entrenamiento para mascotas:** Actividades físicas que se practican con la mascota en una determinada área de recreación.
- **Control Pet:** aplicación en el celular para llevar el monitoreo de la estancia de la mascota las 24 horas.
- **Walkie tokie:** aparatos inalámbricos que sirven para comunicarse a determinadas distancias.
- **Pantalla de monitoreo general:** es el medio donde están conectadas todas las cámaras de seguridad y poder monitorear cada ambiente del hospedaje.

- **Auxiliar:** responsable básicamente de la limpieza e higiene de la mascota.
- **Asistente:** responsable de la estadía de la mascota, incluye monitoreo de sus horarios y de las actividades que esta realice durante el día.
- **Web cam:** equipo de seguridad, a través del cual se puede tener acceso a diferentes vistas del hotel durante las 24 horas del día.
- **Servicio premium:** llamado servicio diferencial o de valor agregado, que tiene como principal objetivo brindar una atención personalizada al huésped.
- **Salón de eventos:** lugar que se acondicionará para fechas especiales de los huéspedes, llámense cumpleaños, matrimonios, etc.
- **Gym:** espacio que contará con máquinas trotadoras para ejercitar y relajar a las mascotas durante el día, sobre todo aquellas que puedan tener sobrepeso.



CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Aspectos generales del estudio de mercado

2.1.1. Definición comercial del servicio

El siguiente proyecto pretende posicionar en el mercado limeño un hospedaje para mascotas cinco estrellas, en donde uno de sus principales objetivos es que la mascota se sienta como en casa y obtener la confianza de nuestros clientes.

Este servicio se encuentra estructurado con una zona para perros y una zona para gatos (en menor proporción). Cada zona cuenta con cómodas habitaciones independientes las cuales entre otras cosas contarán con “web cam” para que los dueños puedan vigilar a sus mascotas en cualquier momento del día.

Por otro lado, contará con una zona de baño y secado, donde también se realizarán cortes de pelo y acicalamiento a las mascotas hospedadas.

Este servicio contará con una movilidad que incluye el recojo de la mascota desde su domicilio hasta la entrega en el día programado.

Por último, también se ofrece un entrenamiento canino con previa cita dependiendo si el cliente lo requiera.

2.1.2. Principales características del servicio

2.1.2.1. Usos y características del servicio

El servicio se enfoca en una atención personalizada a la mascota además de contar con un monitoreo completo durante el día si el dueño lo requiere a través de una app; de esta forma brindarle al dueño la tranquilidad al dejar a su mascota con nosotros durante el tiempo que sea.

El servicio también incluye: recojo y entrega a domicilio, alimentación, área de entretenimiento, un pequeño gimnasio, entrenamiento para mascotas de ser solicitado, vigilancia las 24 horas y revisión de una vez a la semana de un veterinario en caso sea necesario por alguna atención que requiera la mascota, baño según cronograma y una piscina para refrescar a sus mascotas.

2.1.2.2. Servicios sustitutos y complementarios

Se puede considerar dentro de servicios sustitutos a los hospedajes de mascota básico, donde solo pasan la noche y se les brinda alimento, los albergues, que también ofrecen el mismo servicio, e incluso a ciertas veterinarias donde se pueden dejar al cuidado a las mascotas.

Muchas de estas veterinarias cuentan con servicio de movilidad y entrenamiento de mascotas lo cual genera un plus a la atención que estarían brindando. Dentro de estos valores agregados, también se les suma la sección de peluquería y masajes relajantes donde la mascota puede vivir una experiencia como si estuviera en el spa.

Adicionalmente alguna de ellas cuenta con cámara de seguridad en el dormitorio de la mascota para que pueda observar su dueño mientras se encuentra de viaje o trabajando. Este monitoreo es las 24 horas del día, pero solo en su dormitorio, lo cual no permitiría ver en los momentos que se encuentra en el patio o alguna otra zona del hospedaje.

2.1.3. Determinación del área de influencia del servicio

El servicio está dirigido a los sectores socioeconómicos A y B de Lima Metropolitana; en primer lugar, porque según APEIM 2016 el 62,4% de las familias en Lima tienen mascotas, lo cual representa un millón y medio si asumimos una por hogar, esto quiere decir que tenemos un mercado grande con una gran oportunidad.

Por otro lado, los precios de alojamiento del hospedaje irían en mayor proporción más alineados a estos sectores, teniendo en cuenta el nivel de vida de la población y los gastos a los que ya se están acostumbrados.

El local estará ubicado en Pachacamac, donde contaremos con un terreno amplio y zonas verdes ideales para los servicios que vamos a ofrecer.

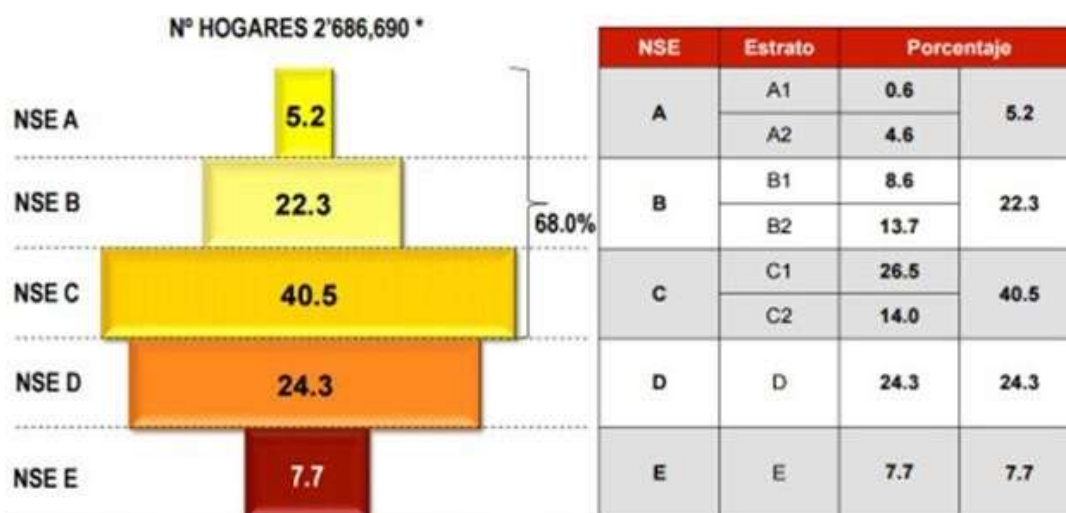
Se optó por una zona afueras de la ciudad por un tema de espacio y no generar incomodidad a los vecinos aledaños, siendo a la vez un distrito asequible como lugar de trabajo para nuestros colaboradores.

2.1.4. Análisis del sector

Como primer dato, tenemos la distribución de hogares de Lima Metropolitana por sectores socioeconómicos, para poder ubicarnos hacia donde nos dirigimos

Figura 2.1.

Distribución de Hogares según NSE 2016



Nota: Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, APEIM (2016)

Por otro lado, según el diario La República en setiembre del 2016 publicó que CPI (Compañía Peruana de Estudios de mercado y opinión pública) mostró que el 62,4% de los limeños poseen una mascota en sus hogares. Además, la mayoría de los encuestados reveló una preferencia por los perros, que llegan a estar presentes en el 66,3% de los domicilios.

Como era de esperarse, el primer rival de los perros en preferencias es el gato, con un 26,8% de presencia en los hogares de Lima Metropolitana. El tercer lugar es ocupado por los loros, con un 4,1% y en el cuarto lugar aparecen los conejos con 2,8% de las preferencias.

Con esta información, podemos tener un mejor panorama de la población de mascotas a cuál enfocarnos.

2.1.5. Determinación de la metodología que se empleará en la investigación de mercado

La metodología aplicada será la encuesta, la cual consta de 8 preguntas donde podremos entender las necesidades y preferencias de los clientes con mascotas para direccionar mejor nuestro servicio.

La encuesta se realizó a 370 personas de los sectores socioeconómicos A, B; en su mayoría personas que cuentan con mascota y necesitan con frecuencia de un lugar de confianza donde dejarlas.

2.2. Análisis de la demanda

2.2.1. Demanda histórica

Debido a que este tipo de proyectos no cuenta con una data histórica, nos hemos basado en la encuesta que hemos realizado según el número indicado para un correcto muestreo.

El 65% de personas encuestadas en Lima Metropolitana de sectores A, B cuentan con una mascota, en su mayoría un perro. De este porcentaje, el 79% toma como servicio de alojamiento un hospedaje o la casa de algún familiar, y aunque el porcentaje mayor se inclina en la casa de algún familiar; el 85% le gustaría contar con un hospedaje de servicio completo con un control durante las 24 horas, ya que la mayoría no conoce un hospedaje de confianza con esas características.

2.2.2. Demanda potencial

2.2.2.1. Patrones de consumo: incremento poblacional, consumo per cápita, estacionalidad

Según CPI 2016 (Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública SAC), en los NSE A, B y C, el número promedio de mascotas es dos por hogar, mientras que en los hogares de menores recursos (DE) el promedio es de tres mascotas. El perro es de lejos la mascota preferida en los hogares, el 66,3% de ellos tienen uno por lo menos en su hogar. El gato ocupa el segundo lugar con 26,7%.

Algo curioso es que los perros se encuentran por igual en los hogares de todos los NSE, mientras que los gatos muestran una elevada tendencia en los NSE DE con el 47%

versus el AB con 23%. En menor tenencia de mascotas se orienta a animales pequeños, como los periquitos, conejos y otros

Figura 2.2

Distribución de Zonas por Apeim por niveles 2015

DISTRIBUCIÓN DE ZONAS APEIM POR NIVELES 2015 - LIMA METROPOLITANA

PERSONAS - (%) VERTICALES

Zona	Niveles Socioeconómicos				
	NSE "A"	NSE "B"	NSE "C"	NSE "D"	NSE "E"
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayillo)	1.3	8.1	12.8	11.9	18.3
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	5.6	16.2	17.4	10.2	7.9
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	2.7	5.8	12.3	17.2	13.8
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	4.0	10.3	10.0	9.4	5.9
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	4.8	6.7	10.0	13.3	11.8
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	24.8	12.5	3.0	1.1	1.0
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	45.6	16.8	3.1	1.6	2.0
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	7.7	8.5	7.7	8.0	8.9
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurin, Pachacamac)	0.0	5.8	12.6	16.2	13.3
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	3.5	9.0	10.5	10.5	15.8
Otros	0.0	0.3	0.6	0.6	1.3

Nota: Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, APEIM (2015)

2.2.2.2. Determinación de la demanda potencial

Según APEIM, son 739 mil hogares que pertenecen a los NSE A, B; de los cuales según la encuesta tendríamos oportunidad en un 64,5% (porcentaje de hogares con mascota según muestreo); luego aplicando el 22% que son los que toman como servicio de alojamiento; seguido el 85,2% le gustaría contar con un hospedaje de servicio completo premium (5 estrellas), del cual se trata nuestro proyecto; y el 41,9% estaría dispuesto a pagar entre 50 y 70 soles por el servicio; nos da un total de 37 mil hogares.

Si bien nos hemos enfocado en los sectores económicos A y B, los cuales en mayor porcentaje considera a los distritos a: Miraflores, San Isidro, Surco, San Borja, La Molina, San Miguel, Pueblo Libre, Magdalena y Jesús María; no dejamos de lado la posibilidad de que otros distritos que no están considerados en mayor proporción dentro de estos sectores, puedan acceder a nuestro servicio.

Adjuntamos las dos preguntas de la encuesta que nos ayudaría a determinar nuestra demanda.

Figura 2.3.

Resultados de pregunta N° 7

7. Si tuviera mascota, ¿Le gustaría contar con un servicio completo de hospedaje (baño, corte, alimentación, movilidad y recreación), adicionando un monitoreo las 24 horas del día?

325 respuestas

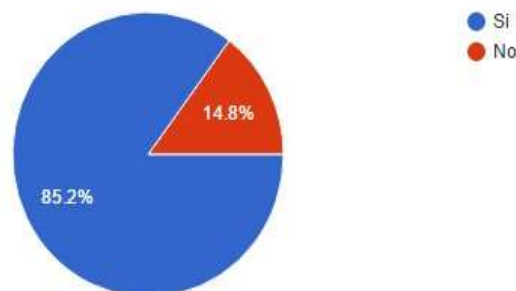
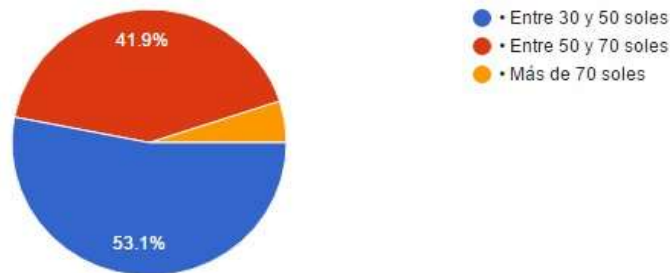


Figura 2.4.

Resultados de pregunta N° 8

8. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar al día por el servicio?

277 respuestas



2.2.3. Demanda mediante fuentes primarias

2.2.3.1. Diseño y Aplicación de Encuestas u otras técnicas

Se realizó la aplicación de encuestas a un muestreo de 370 personas, que pertenezcan al sector socioeconómico A, B; en su mayoría con mascotas y con la necesidad de contar con un mejor lugar donde puedan dejarlas y poder sentirse con la confianza y tranquilidad necesaria.

El objetivo principal de estas encuestas fue de entender si dueños de mascotas, tenían la necesidad de contar con un lugar para dejarlas por motivo de viaje o trabajo. Además, tener claro que tan importante es para estas personas, el lugar donde se hospedan sus mascotas y si estarían dispuestos a pagar un determinado precio por encima del promedio, ofreciendo mayor valor agregado del que ya tendrían; toda esta información nos sería valiosa para analizar la factibilidad del proyecto.

En base a los resultados obtenidos del muestreo que se analizó, vimos la oportunidad sustentar el proyecto.

2.2.3.2. Determinación de la Demanda

Se ha considerado para el proyecto llegar hasta el 78% de la capacidad, es decir 70 servicios por día, llegando a 25 272 al año; cifra avalada debido al levantamiento de información de cifras de los hospedajes actuales.

2.3. Análisis de la oferta

2.3.1. Análisis de la competencia. Número de operadores y ubicaciones

Hoy en día contamos con los siguientes Hospedajes para mascotas:

- Canino Happy Family: Av El Sauce 545 - Mz Y lt 10, Surquillo
- HOSPEDAJE VICDOGS: Calle Saycusca 176 - San Miguel, Altura de la Cuadra 7 de la Av. Precursores.
- Valle de Las Colitas: Rinconada de Puruhuay (Pachacamac).
- PetsCamp: Lurín.
- La casa de Bellota: Los Eucaliptos, manzana M, Lote 15B - Huertos de Villena – Lurín.
- Centro Canino Miraflores:
- Pet Center: Pachacamac.

2.3.2. Características del servicio ofertado por los principales competidores

- **Canino Happy Family:**
 - Ofrecemos servicio de delivery, baños.
 - Corte, anti pulgas con costo adicional.
 - Precio por hospedaje: S/ 40 (incluido IGV)
- **Hospedaje vicdogs:**
 - Incluye 3 salidas al día de 25 minutos.
 - Puede seguir a su mascota por skype o por whatsapp.
 - Personal especializado al cuidado de su mascota

-Incluye cama limpia por cada hospedado.

-Precio: S/ 50 (incluido IGV)

● **Valle de las Colitas:**

- Hotel/hospedaje canino,
- Control veterinario permanente,
- Servicio de recojo y entrega a domicilio,
- Peluquería canina.

Precio: S/ 65 (incluido IGV)

● **PetsCamp:**

- Video llamadas
- Colegio Canino
- Actividades
- Atención medica
- Farmacia y Petshop
- Delivery
- Hospedaje
- Precio: S/40 (incluido IGV)

● **La casa de Bellota:**

- Profesionales en el manejo y trato de mascotas
- Tenemos amplias instalaciones con exclusivas caniles para dormir en el día o noches
- Espacios para recreos, juegos y esparcimiento seleccionado por grupos según carácter.
- Descuentos especiales por estadías mayores a 14 días y cantidad de ejemplares.
- Las razas pequeñas, así como las mascotas de tercera edad los cuidamos directamente en nuestra casa con mayor control y cuidados.

- Le enviamos fotos de su engreído.
- Servicio de recojo y entrega a domicilio.
Precio: S/ 35 (incluido IGV)
- **Centro Canino Miraflores:**
 - Trato familiar y personalizado
 - Juegos recreativos
 - Perreras con calefacción y bebederos automáticos
 - Parques y piscinas.
 - Precio: S/50 (incluido IGV)
- **Pet Center:**
 - Consulta médica en consultorio
 - Baño
 - Peluquería profesional
 - Internamiento
 - Quirófano equipado
 - Laboratorio clínico
 - Recojo a domicilio
 - Emergencias veterinarias
 - Precio: S/50 (incluido IGV)

2.3.3. Planes de ampliación existentes

Como planes de la ampliación de nuestro proyecto de hospedajes para mascotas cinco estrellas, contamos con la posibilidad de ejecutarlo en el departamento de la Libertad, al contar según el INEI al 2015 con una población de 1 859 640 habitantes. El hospedaje se encontraría en la ciudad de Trujillo por ser una de las principales ciudades del Perú.

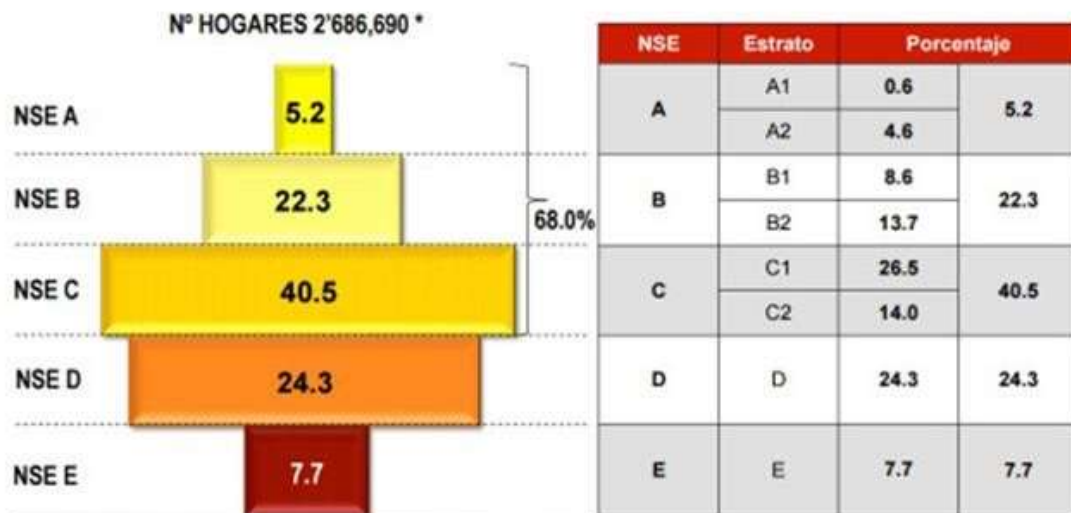
2.4. Determinación Demanda para el proyecto

2.4.1. Segmentación del mercado

El proyecto está dirigido hacia los hogares que pertenecen a NSE A, B; el cual está conformado por 739 mil hogares según APEIM, siendo el 27,5% del total de hogares de Lima Metropolitana.

Figura 2.5.

Distribución de Hogares según NSE 2016



Nota: Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, APEIM (2016)

2.4.2. Selección de mercado meta / 2.4.3 Demanda específica para el proyecto

Se ha tomado para el proyecto el 78% de nuestra capacidad entre alojamientos de canes y gatos, es decir 70 servicios por día, llegando a 25 272 servicios al año; considerando la información obtenida del mercado actual.

2.5. Definición de la Estrategia de Comercialización

2.5.1. Políticas de plaza

El hospedaje para mascotas 5 estrellas estaría ubicado en la ciudad de Lima al contar con una población según el INEI al 2017 con 11 millones de habitantes.

Por otro lado, contamos con canales de distribución más accesible y mejor desarrollo en el mercado al ser la capital, una de las principales ciudades del Perú.

2.5.2. Publicidad y promoción

La publicidad del producto se basará en paneles publicitarios y publicaciones en redes sociales como Facebook, Instagram y en nuestra propia página web. Actualmente, según “El Diario el Comercio” publicado en Junio del 2017, la red social más usada por los ejecutivos peruanos es el Facebook con un 90%, y más de 22 mil personas de 60 años a más usan esta red social para conectarse con su entorno.

Con estos datos estadísticos, nos basamos en colocar una fan page en el Facebook para promocionar nuestro hospedaje, teniendo en cuenta que la mayoría de ejecutivos y personas jubiladas con más de 60 años se dedica a viajar y puedan no contar con quien dejar a su mascota.

Por otro lado, consideramos importante contar con una página oficial del hotel; ya que en ella se plasmaría toda la información acerca de éste, novedades/noticias que manejaremos a lo largo del año; esto incluye ofertas, promociones, eventos, aniversarios del hotel, etc. Adicionalmente contaremos con videos de los servicios que estaríamos ofreciendo y sesiones de fotos de las mascotas que llegan a nuestro hotel.

Creemos en la cercanía o la relación que debemos tener con nuestros clientes y lo importante que es ganarnos su confianza; es por ello que estamos seguras de que la página web va a ser uno de los medios donde podamos darnos a conocer y mostrar lo importante que es para nosotras el servicio que estaríamos ofreciendo

2.5.3. Análisis de precios

Cuadro de precios con los 10 mejores hospedajes para mascotas en Lima.

Tabla 2.1.

Relación de principales hospedajes en Lima

Hospedaje	Distrito	Precio S/.
Mi pata pet Hotel & Resort	Km 59 de la panamericana Sur	60
Pets Camp	Lurín	35
Mascotel	Lurín	30
Maskoteando	Chaclacayo	40
Ladra	Pachacamac	40
Dog balance by Majo Rivera	Surco	35
Doggy Camp	Huachipa	35
Valles de las colitas	Lurín	35
La casa de Bellota	Lurín	35
Kamaq	Pachacamac	60

Si bien, se menciona en el cuadro adjunto los precios que hoy en día manejan los que serían nuestra competencia “directa”, observando que muchos de ellos cuentan con precios más módicos del que manejaríamos en nuestro proyecto.

El “Hotel para mascotas 5 estrellas” ofrece distintos tipos servicios, muchos de ellos similares a los que actualmente existen; sin embargo, nuestro objetivo es diferenciarnos por lo que consideramos como “valor agregado” vs nuestros competidores.

La mascota no sólo necesita un lugar donde alojarse y le den su alimentación, sino también necesita de un lugar donde lo traten como en casa, se sienta en confianza, cómodo y con una atención casi personalizada durante su estadía. Es por ello, que nos enfocamos en el personal que estaría a cargo de ellos, de las herramientas que tendríamos para que disfruten su permanencia, así como las que les brindaría seguridad a sus dueños.

Sabemos lo importante que es para el cliente, contar con un lugar donde poder dejar a su mascota en su ausencia, pero más aún que en ese lugar le puedan brindar confianza y tranquilidad tanto para el dueño como para la mascota; es por ello del propósito de crear este proyecto.



CAPÍTULO III. LOCALIZACIÓN DEL SERVICIO

3.1. Identificación y análisis detallado de los factores de localización

Los factores que se consideran importantes para la localización del local para el hospedaje de mascotas cinco estrellas son:

- **Ubicación**

La ubicación del local debe estar cerca de los puntos de compra al por mayor, a los proveedores y a los diferentes gastos para su instalación. Esto permitirá una reducción en los costos de adquisición de los productos y un mejor servicio para el cliente.

Adicionalmente, es importante saber si existe competencia cercana al servicio propuesto y si se encuentra ubicado cerca de las zonas urbanas, esto debido a que no puede generar un malestar con los vecinos.

- **Adaptabilidad del local**

En Lima hay ofertas de locales comerciales adaptados a negocios para hospedajes de mascotas, en las que se requiere un mayor metraje para la zona de juegos y recreación. En este caso no sería necesario modificar o arreglar la estructura del local.

- **Costo del local**

Es el punto importante para tomar en cuenta en nuestro proyecto, ya que sería la mayor parte de la inversión, y el punto partida para las siguientes decisiones tomadas acerca del proyecto.

A continuación, se presenta un cuadro especificando las ponderaciones de cada factor.

Tabla 3.1.

Ponderación de los factores de localización

Factor	Ponderación
Ubicación	35%
Costo	55%
Adaptabilidad	10%

3.2. Identificación y descripción de las alternativas de localización.

Para las alternativas de los terrenos en venta se tomará en cuenta que estos se encuentren a bajo costo, con fácil acceso a las vías de transporte, un amplio patio con vegetación para que las mascotas puedan jugar, acceso al agua, luz y eliminación de desechos.

A continuación, se presentan los cuatro locales a evaluar:

- Opción 1

Pachamac: el terreno de 4 300 m² se encuentra resguardado con muros altos y cuenta con un portón de fierro. El precio es de USD 322 500; cuenta con un amplio patio en donde hay una gran variedad de árboles y plantas frutales. En ella también se podría sembrar, ya que presenta tierras de buena calidad. Se encuentra ubicado en una zona tranquila y silenciosa de fácil acceso, cerca de la carretera de Cieneguilla y la Molina, a 15 minutos de la carretera sur.

- Opción 2

Lurín: el terreno de 2 100 m² se encuentra ubicado en el km 34 de la panamericana sur con una puerta de madera como entrada principal. El precio es de USD 525 000; cerca de las zonas de negocio con fácil acceso a la carretera con dirección a Lima. Para el entrenamiento y juegos de las mascotas, cuenta con un amplio patio en donde se puede sembrar en caso se desee contar con pasto.

- Opción 3

Cieneguilla: el terreno de 5000 m² se encuentra ubicado cerca al ovalo de Cieneguilla; cuenta con un portón de madera como seguridad para la entrada principal. El precio es de USD 350 000, cerca de las zonas de negocio y fácil acceso. Adicionalmente presenta una parte amplia de más de 1000 m², en donde se podría acondicionar para los juegos y entrenamientos de las mascotas.

- Opción 4

Sol de La Molina: el terreno de 1000 m² se encuentra ubicado en una zona urbana; cuenta con una puerta de madera como entrada principal del local. El precio es de USD 6000; con fácil acceso a las zonas de negocio y domicilio de los posibles clientes.

Presenta 300 m² de jardín, en el cual se podría construir la zona recreacional y de entrenamiento para las mascotas.

3.3. Evaluación y selección de localización

Se aplicó los siguientes rangos para evaluar el costo y la adaptabilidad de las alternativas de localización: (los puntajes van del 1 al 4).

Tabla 3.2.

Puntaje del factor costo

Costo	Puntaje
menos de \$ 100 000	4
\$ 100 000-< \$ 300 000	3
\$ 300 000-< 500 000	2
\$ 500 000 o más	1

Tabla 3.3.

Puntaje del factor de adaptabilidad

Adaptabilidad	Puntaje
Terreno para hospedaje	4
Casa	2

Tabla 3.4.

Ranking de factores

	Ponderación	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
Ubicación	35%	4	2	2	2
Costo	55%	2	1	2	3
Adaptabilidad	10%	4	4	4	2
		2.9	1.7	2.2	2.6

Se concluye que el distrito más factible para desarrollar nuestro negocio es en Pachacamac, al contar con un buen precio ofrecido teniendo en cuenta la cantidad de metros cuadrados para elaborar el diseño y distribución de nuestras áreas. Por otro lado, cuenta ya con una buena vegetación incorporada esencial para la recreación de las mascotas y una buena seguridad que brinda el distrito.

CAPÍTULO IV. DIMENSIONAMIENTO DEL SERVICIO

4.1. Relación tamaño-mercado

El tamaño elaborado para nuestro proyecto lo obtenemos en base que la demanda existente sea superior a dicho tamaño. Para este punto se sabe, que la demanda del proyecto solo tiene que cubrir una parte de esa demanda que corresponde a 37 mil hogares de Lima que pertenecen a los sectores A y B. Para este caso solo podremos satisfacer máximo a 90 servicios de alojamiento por noche, debido a la capacidad de nuestro terreno no llegaría a cubrir el 32% de nuestro mercado objetivo. Por lo tanto, quedaría una demanda insatisfecha que se podría cubrir en los planes de ampliación del servicio.

Según estudio de CPI 2016, el 62,4% de hogares limeños cuentan con una mascota, considerando que el 66,3% son perros.

Para realizar el cálculo de cantidad de mascotas por hogar, se consideró en primer lugar al 27,5% que representa al sector A y B., equivalente a 738 840 hogares, para después aplicarle el 62,4%, porcentaje de hogares con mascotas en Lima, llegando a 461 036 hogares.

Tabla 4.1.

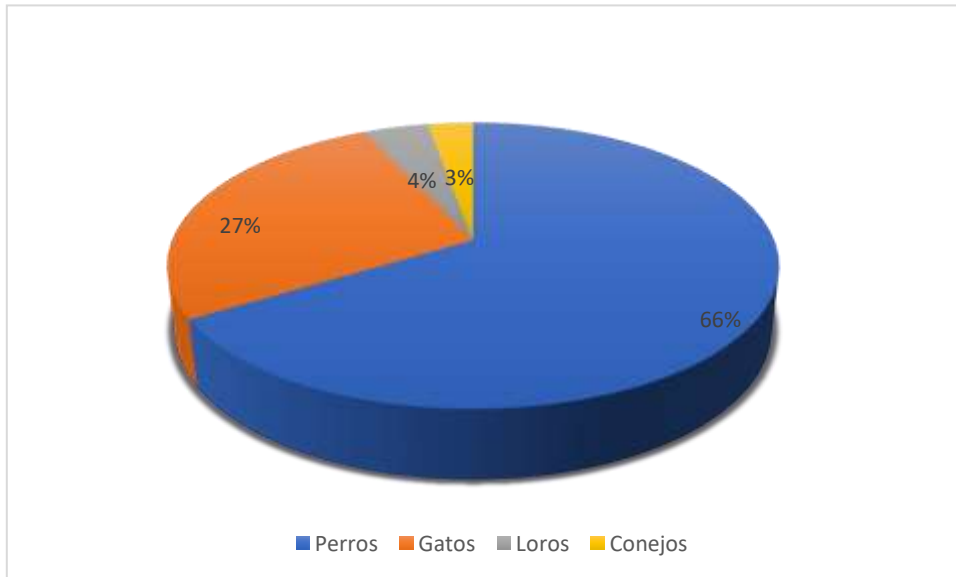
Participación de tipos de mascotas según CPI 2016

Mascotas	Cantidad de hogares	%
Perros	305 666	66,33
Gatos	123 281	26,74
Loros	18 994	4,12
Conejos	13 095	2,84

Nota: Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública, CPI (2016)Elaboración propia

Figura 4.1.

Participación de tipos de mascotas según CPI 2016



Nota: Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública, CPI (2016). Elaboración propia.

De acuerdo con la información que obtenemos del cuadro, podemos llegar a la conclusión que nuestro proyecto atenderá solo el mercado de perros y gatos en el departamento de Lima de los sectores A y B el cual corresponde a 428 947 hogares.

Por otro lado, son 104 mil hogares en Lima del Sector A y B que utilizan el servicio de hospedaje para mascotas y 37 mil los que tomarían nuestro servicio plus con monitoreo las 24 horas del día.

4.2. Relación tamaño-recursos

Para la elaboración de nuestro proyecto es necesario contar con la disponibilidad de ciertos recursos tales como la cantidad de mascotas hospedadas donde se incluye a perros y gatos, los insumos, el personal de trabajo, la energía eléctrica, agua, terrenos, etc.

La cantidad de insumos con los que trabajaríamos en los cuales incluye el shampoo para las mascotas, los alimentos balanceados, y otros accesorios, tienen que ser suficientes en cantidad y calidad para cubrir las necesidades del proyecto durante los años de vida que dure este.

En este caso tomamos en cuenta los terrenos disponibles que tenemos para nuestro proyecto, el cual cuenta con 4 300 m² en la zona de Pachacamac.

En el terreno se podrá hospedar a 90 mascotas, entre perro y gatos.

Por otro lado, el área de baño y secado cuenta con 64 metros cuadrados en el cual podrá atender de 6 a 8 mascotas a la vez.

Las zonas de entretenimiento cuentan con más de 100 metros cuadrados cada una, incluyendo donde están las piscinas.

Estos vienen hacer los principales servicios que brindaríamos dentro del hospedaje y en donde la capacidad de nuestro terreno vendría hacer una limitante.

4.3. Relación tamaño-tecnología

El proyecto deberá fijar su tamaño-tecnología de acuerdo con la capacidad diaria para atender a las mascotas. En este caso nuestro hospedaje para mascotas cuenta con dos zonas, una para perros con 80 habitaciones en la primera planta y otra para gatos con 10 habitaciones en la tercera planta; cada una con cámaras incorporadas en donde el cliente podrá monitorear a su mascota las 24 horas del día.

Una de las principales herramientas que utilizaremos para nuestro servicio es la movilidad que incluye el traslado de la mascota hacia el hospedaje y luego de regreso a su domicilio. Para ello adquirimos un par de vans en donde tiene capacidad para 9 caniles y gatos cada una; lo que equivaldría a 48 noches de alojamiento.

El promedio de baño diarios es de 6 a 8 mascotas al día, en ella incluye tanto los que solo van por el servicio del baño y otro por los de alojamiento. Por otro lado, el promedio de alojamiento de las mascotas es de 3 a 4 días, en donde antes de regresarlos a sus casas incluye un baño; por lo tanto, un baño de la mascota equivale a 0.25 noche de alojamiento.

4.4. Relación Tamaño-Inversión

Este punto está determinado por lo general por el costo de maquinaria y equipo instalación. Para ello incluimos el costo de las dos Vans para la movilidad y equipos para el baño y secado de las mascotas. En la siguiente relación de activos no incluimos el terreno al no depreciarse. Estos costos son referentes, ya que más adelante

incluiremos en el capítulo 7 una mayor relación de los costos y presupuestos de nuestro servicio.

Tabla 4.2.

Detalle de inversión de maquinaria y/o equipos.

Maquinaria / equipo	Valor
Laptop (HP)	\$2 800
Televisor de monitoreo (24 pulg)	\$500
Teléfono	\$120
Microondas	\$250
Friobar	\$400
Hervidor	\$50
Cafetera	\$79
Cocina a gas 4 hornillas	\$200
Aire acondicionado	\$1 200
Lavadora de 5kg/Secadora	\$2,000
Ducha veterinaria	\$1 200
Secadora de pelo para mascota	\$387
Maquina trotadora	\$3 000
Terma (Calentador eléctrico)	\$500
Aspiradora	\$140
cámara web de seguridad	\$25 600
Vans	\$16 500
Total, Inversión	\$54 926

4.5. Relación Tamaño-punto de equilibrio

El punto de equilibrio del proyecto se obtiene a partir de los siguientes cálculos.

Tabla 4.3

Relación Tamaño-Punto de equilibrio

Nombre	Descripción	Precio (S/.)
Costo fijo	Luz, agua, internet y sueldo administrativo	25 016
Costo unitario		37
Precio unitario		59

$$\text{Punto de equilibrio} = 25\,016 / (59 - 37) = 1\,137$$

Se puede concluir que se necesita un mínimo de 1 137 servicios de alojamientos por noches al mes para no generar pérdida en el proyecto.

Considerando la capacidad a un 54% al mes, cumpliríamos con el mínimo de servicios para la factibilidad del proyecto. El tamaño de planta sería de 13 644 servicios al año.

CAPÍTULO V. INGENIERÍA DE PROYECTO

5.1. Definición del servicio basada en sus características de operación

5.1.1. Especificaciones técnicas del servicio

El hospedaje tiene una capacidad de 80 habitaciones destinadas a perros en el primer nivel y 10 a gatos en el tercer nivel del hotel.

Cada habitación incluye una cama, dos platos de metal (comida y agua), una webcam para que pueda visualizar a su mascota a distancia mediante un aplicativo y un patio independiente.

En la alimentación ofrecemos comida tipo proplam.y/o dogshow vegetales y pollo para raza pequeña y grande si fuese el caso de que el cliente no tenga inconveniencia.

Además, contamos con acicalamiento y plan de actividades en los que incluye juegos en la piscina y al aire libre. Otorgamos un baño y corte, éste último si el cliente lo requiere, al finalizar su estancia en el hotel.

Nuestro proyecto contará con las siguientes áreas para atención del cliente y de las mascotas.

- **Recepción:** aquí recibiremos a los clientes para brindarles información y/o cualquier requerimiento adicional. Desde este espacio, se tendrá el control de todas las áreas ocupadas por las mascotas a través de una pantalla sincronizada a todas las cámaras de seguridad instaladas.
- **Pet Shop:** básicamente es un adjunto a donde está ubicada la recepción. Se ofrecerán algunos productos para las mascotas entre ellas alimentación, accesorios, juegos, etc. En ella atenderá la recepcionista que se encargará igualmente de tomar los datos de las mascotas al momento del ingreso.
- **Área de baño, secado y acicalamiento:** El servicio de baño y secado contará con 8 duchas y 8 mesas respectivamente, en caso la demanda sea alta. También contamos con los servicios de corte y peinado; adicionalmente nuestro personal podrá brindarle el servicio de masajes si está incluido dentro de su paquete de promociones.

- **Área recreacional:** En la zona recreacional las mascotas podrán acceder a la piscina y juegos. Según sea el requerimiento del cliente, los días martes y jueves se podrá contar con un entrenador para los que deseen adiestrar a su mascota.

Cabe mencionar, que esta área está distribuida por cuadrantes, ya que debemos de considerar ciertos factores para separar a las mascotas; por ejemplo: carácter, género si fuese que la hembra presente ciertos indicadores, etc. Los dormitorios están en su mayoría alrededor del área recreacional para mayor practicidad de la entrada y salida de las mascotas en sus horas de refrigerio y/o descanso.

- **Consultorio básico:** se atenderá algún percance que presenten las mascotas. De ser una emergencia, se trasladaría a una clínica veterinaria.
- **Área de gimnasio:** un espacio donde contaremos básicamente con corredoras para entretener y ejercitar a las mascotas, según sea el caso.

Para el alojamiento, el cliente deberá tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Carnet de vacunas completo y al día.
- Desparasitación y anti pulgas actualizados a la fecha de la estadía.
- Es indispensable que el carácter de la mascota sea sociable.

5.2. Proceso para la realización del servicio

5.2.1. Descripción del proceso del servicio

Para el flujo de nuestro proyecto se tomó en cuenta los procesos a seguir en base a la estadía de una noche de la mascota.

Como primer proceso se encuentra el recoger a la mascota de su domicilio, en caso el cliente lo solicite, luego se pasaría a registrar su llegada en recepción entregando todos los papeles solicitados mencionados en el punto 5.1.1.

Para ello, previamente el auxiliar se encarga de limpiar y arreglar la habitación de cada mascota para que pueda pasar la noche cómodamente. Al día siguiente, se encargará de preparar el desayuno según lo indicado por el cliente o éste nos podría entregar una comida especial.

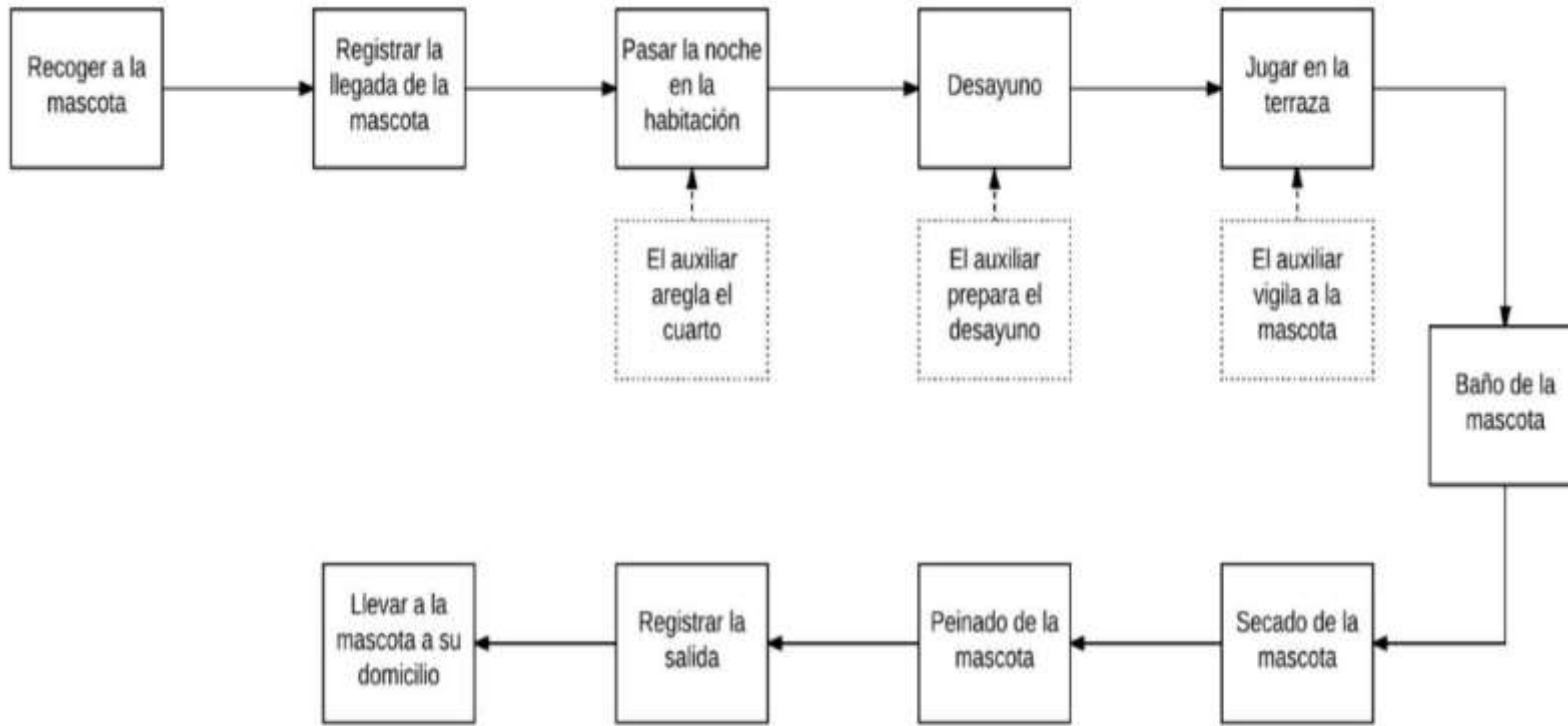
Luego la mascota pasaría a la zona de juegos en donde contaría con una amplia área para poder jugar tanto en el jardín o en la piscina supervisado por un asistente e interactuar con las demás mascotas. Posteriormente, el auxiliar se encargaría de bañar y secar a la mascota ofreciendo unos masajes personalizados.

Finalmente, se registra la salida de la mascota para poder llevarla a su domicilio. Todo lo indicado está bajo un programa establecido.



Figura 5.1

Diagrama del flujo del proceso



5.3. Tecnología, instalaciones y equipo

5.3.1. Selección de la tecnología, instalaciones y equipo

Los principales equipos que contaremos para la ejecución de nuestro proyecto son los siguientes.

- Cámara de seguridad (del hotel y de las habitaciones)
- Ducha eléctrica para mascota
- Secadora para mascota
- Lavadora
- Aire acondicionado
- Máquina trotadora

5.3.2. Descripción de la tecnología.

Ducha eléctrica para mascota: El equipo consiste en una manguera de ducha que proporciona apoyo para el lavado de la mascota. Cuenta con un dispositivo para el shampoo con espacio suficiente para varios lavados y nos permite controlar la cantidad a usar.

El equipo puede ser conectado a cualquier grifo el cual ofrece diferentes conectores.

Adicionalmente la ducha cuenta con puntas de goma que darán masajes al cuerpo de la mascota. Controla la cantidad de agua que sale, evitando el desperdicio de esta al bañarlo.

Tabla 4.4.

Ficha Técnica de Ducha eléctrica

FICHA TÉCNICA	
Nombre	Ducha eléctrica
	
Marca	Lorenzetti
Modelo	Acqua star ultra
Voltaje	220v
Potencia nominal	7800 w
Potencia económica	2100 w
Eficiencia energética	95%

Nota: Recuperado de <http://www.lg.com/pe>.

Secadora para mascota: La sopladora y secadora de aire es ideal para perros y gatos con una conexión directa de 220 v. Cuenta con una manguera de buen alcance y reguladores de velocidad, es ligera y posibilidad de empotrar en la pared.

Tabla 4.5.

Ficha Técnica de Secadora para mascota

FICHA TÉCNICA	
Nombre	Secadora para mascota
	
Modelo	Grooming
Voltaje	220v
Aire	Caliente/Frío
Regulador	Regulador de velocidades
Adicional	Posibilidad de empotrar en la pared

Nota: Recuperado de <http://www.lg.com/pe>.

Cámara de seguridad: Cámara de 2MP IR Cubo cuenta con las siguientes características.

Tabla 4.6.

Ficha Técnica de Cámara de seguridad

FICHA TÉCNICA	
Nombre	Cámara de seguridad
	
Modelo	2MP
Resolución	HD1080P video
Almacenamiento	DWDR/3D DNR/BLC
Capacidad	hasta 128 GB
Adicional	Built-in WiFi opcional DS-2CD2420F-I (W)

Nota: Recuperado de <http://www.lg.com/pe>.

Máquina trotadora:

- Modelo: Muvo Endurance – 10
- Motor: continuo 1.5HP
- Voltaje: 220v
- Velocidad: 1 a 12km/h

Tabla 4.7.

Ficha Técnica de Máquina Trotadora

FICHA TÉCNICA	
Nombre	Máquina trotadora
	
Modelo	Oxford
Motor	1.5 HP DC continuo
Velocidad regulable	de 0.8 a 12 km/h
Monitor	12 programas de entrenamiento
Funciones	Distancia, tiempo , velocidad, pulso, calorías
Peso máximo	90 kg

Nota: Recuperado de <http://www.lg.com/pe>.

Lavadora:

Tabla 4.8.

Ficha Técnica de Lavadora

FICHA TÉCNICA	
Nombre	Lavadora
	
Modelo	GPL-CYBERDRUM/Daewoo
Capacidad	19
Niveles de agua	10
Programas de lavado	10
Panel de control	Digital
Profundidad	67 cm

Nota: Recuperado de <http://www.lg.com/pe>.

Aire acondicionado:

Tabla 4.9.

Ficha Técnica de Aire Acondicionado

FICHA TÉCNICA	
Nombre	Aire acondicionado



Modelo	DUAL COOL/LG
Capacidad de enfriamiento	5.28kw
Potencia de entrada	1640 w
Factor de energía	96%
Rango de ajuste de temperatura	18 c a 30 c
Pasos, ventilador/Enfriamiento/Calefacción	5/6/6

Nota: Recuperado de <http://www.lg.com/pe>.

5.4. Capacidad instalada

5.4.1. Cálculo de la capacidad instalada del servicio

Para obtener la capacidad instalada del proyecto se consideró la demanda del proyecto por noches de alojamiento. Para ello, se determinó la capacidad de hospedaje por noche tomando en cuenta los siguientes factores:

- Estacionalidad: La demanda se incrementará en temporada de verano, incluyendo Semana Santa; en los meses de julio por Fiesta Patrias y diciembre por Navidad y Año Nuevo.

Teniendo en cuenta la información levantada en diferentes hospedajes, estas fechas son las de mayor demanda por ser fechas distintivas en nuestro país, donde por lo general los viajes y salidas son más frecuentes y por ende necesitan de un lugar donde dejar a la mascota.

- Horas de trabajo: la atención dentro del hotel son las 24 horas del día; pero para el ingreso de la mascota son de lunes a domingo de 9 a.m-3p.m.

Para este proyecto se puede considerar un máximo de 90 servicios por noche, donde realizando una multiplicación simple de 30 días al mes y 12 meses al año; representa anualmente 32 400 servicios.

5.4.2. Cálculo detallado del número de recursos por el servicio

A continuación se detallará el número de trabajadores por puesto que se necesitaría para el proyecto.

- Recepcionistas (1): trabajaría de lunes a viernes de 9 a.m-6p.m.
- Choferes (2): uno trabajaría en el primer turno de recoger a las mascotas de 10a.m-1p.m y el segundo en el horario de 3p.m a 5p.m que se encargaría el de llevar a las mascotas a su domicilio. Para ambos turnos los días laborales son de lunes a domingo con descanso una vez por semana turnándose. Estos días de descanso serían los lunes o martes que abría poca demanda.

- Seguridad (3): trabajarían tres de ellos en tres diferentes turnos de lunes a sábado. El primer turno sería de 7 a.m-3p.m, el segundo turno de 3p.m-11p.m y el tercer turno de 11p.m-7a. m.
- Veterinario (1): según la demanda o se requiera de la asistencia del veterinario.
- Auxiliares (6): trabajarían de lunes a domingo en tres diferentes turnos, tres por cada turno con descanso una vez por semana los lunes o martes en donde hay poca demanda. El primer turno sería de 7a.m-3p.m, el segundo turno de 3p.m -11p.m y el tercer turno de 11p.m-7a. m.
- Asistentes (2): trabajarían de lunes a domingo de 9 a.m-6p.m con descanso una vez por semana entre el lunes o martes donde la demanda es baja.
- Jardinero (1): asistiría una vez por semana para el cuidado del jardín.
- Personal de limpieza (1): trabajaría de lunes a sábado de 9a.m-5p.m.

5.5. Resguardo de calidad

5.5.1. Calidad del proceso y del servicio

Los altos estándares de calidad estarán presentes en cada servicio ofrecido a las mascotas de los clientes que se encuentren hospedadas en el hotel. Para ello, se aplicará la estrategia de CRM (Gestión de relaciones con los clientes), en donde dicha información se ejecutará a metodologías software y en general a las capacidades de internet que ayudará a nuestro proyecto a gestionar una buena relación organizada con los clientes.

Mediante esta estrategia, se propone generar una buena fidelidad y relación con el cliente, mediante la satisfacción de sus necesidades. Por ello nuestro hotel buscará contar con un buen personal capacitado que trabaje en un buen ambiente laboral. Nuestro personal administrativo y técnico participarán en eventos caninos que se organizan en la ciudad de

Lima, para poder llevar una buena relación con las mascotas y entender cada una de sus necesidades que requerirán al momento de su cuidado.

Es necesario contar con un libro de reclamaciones en la entrada del hospedaje, para poder observar las necesidades del cliente y tomar como punto de mejora en los procesos que estemos proyectando.

5.5.2. Niveles de satisfacción del cliente

Para medir la satisfacción del cliente se tomará en cuenta el método de Philip Kotler, quien lo define “como el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”

Los elementos que conforman la satisfacción del cliente son tres:

El rendimiento percibido: Se refiere al desempeño y entrega del valor que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir el servicio.

Las expectativas: Son las esperanzas que los clientes tienen para conseguir algo; promesas acerca de los beneficios que brinda el servicio, experiencias de compras anteriores, opiniones.

Los niveles de satisfacción: Luego de obtener el servicio, los clientes experimentan uno de estos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Cuando el desempeño percibido no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Cuando el desempeño percibido coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Para darle una aplicación práctica a todo lo visto anteriormente, se puede utilizar la siguiente fórmula.

$$\text{Rendimiento percibido} - \text{Expectativa} = \text{Nivel de satisfacción}$$

Para poder aplicarlo se tomará en cuenta las siguientes tablas:

En caso del rendimiento percibido:

- Excelente = 10

- Bueno = 7
- Regular = 5
- Malo = 3

Para las expectativas se puede utilizar:

- Expectativas Elevadas = 3
- Expectativas Moderadas = 2
- Expectativas Bajas = 1

En caso del nivel de satisfacción se aplicará la siguiente escala:

- Complacido: De 8 a 10
- Satisfecho: de 5 a 7
- Insatisfecho: Igual o Menor a 4

5.5.3. Medidas de resguardo de calidad

Para mantener una buena calidad y servicio a nuestro cliente se aplicará los siguientes métodos y acuerdos.

- Acuerdos de garantía y certificaciones con cada uno de nuestros proveedores.
- Capacitación a nuestros empleados para una buena atención y relación con las mascotas.
- Al aplicar la metodología de CRM, se buscará mantener una buena relación con los proveedores ofreciendo descuentos y promociones de nuestro hospedaje para mascotas.
- Se realizarán encuestas que medirán el grado de satisfacción de nuestros clientes.
- Se contratará empresas auditoras para controlar el buen manejo del desarrollo de nuestro proyecto.

5.6. Impacto ambiental

Para la elaboración de nuestro proyecto, tomamos en cuenta que el medio ambiente es un tema central que debe asumirse con responsabilidad, para obtener un desarrollo sostenible que contribuya a optimizar los servicios sin poner en peligro los recursos de la tierra que servirán para generaciones futuras.

Para ello se aplicará los siguientes procedimientos en algunos de nuestros procesos para optimizar y mejorar el impacto ambiental en base a las 3 R's.

- Reutilizar el excremento de las mascotas para que sirvan como abono.
- Reciclar los residuos orgánicos y los residuos plásticos de clasificación en tachos especiales.
- Reducir el excedente de la alimentación de las mascotas evitando así desperdicios por sobrantes.

5.7. Seguridad y salud ocupacional

Con el fin de contar con una buena seguridad y salud ocupacional del personal, se realizó la matriz IPER (Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos) para determinar los posibles peligros a los cuales estarían expuestos y evaluar las medidas de prevención y/o protección.

Por otro lado, una vez al mes se estarían realizando capacitaciones al personal para el buen manejo de las herramientas, de esta forma evitar posibles accidentes.

Tabla 5.1.

Tablas de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos

Peligros	Riesgos	Medidas de prevención	Probabilidad			Consecuencias		
			Baja	Media	Alta	Lig Dañino	Dañino	Ext. Dañino
Manipulación de tijeras	Corte de dedo	Capacitación			x		x	
Secadora en funcionamiento	Atrapamiento de dedos	Capacitación	x					x
Ollas/Sartenes calientes	Quemaduras	Capacitación		x			x	
Aceite hirviendo	Quemaduras	Capacitación		x			x	
Mordida de mascota	Herida en cuerpo	Capacitación		x			x	
Equipos enchufados	Electrocución	Capacitación	x					x

5.8. Sistema de mantenimiento

Analizando los activos con los que contaría el hotel, las limpiezas serían de tipo general diariamente y a profundidad dependiendo el caso; ya que no necesita una limpieza más drástica

Tabla 5.2.

Matriz de mantenimiento de los equipos

Activo	Mantenimiento Preventivo		Mantenimiento Reactivo
	Limpieza general	Limpieza a profundidad	
Ducha veterinaria	Diario	Una vez por semana	
Basculas veterinarias	Diario	No aplica	
Terma	Diario	Una vez al mes	
Aire acondicionado	Diario	No aplica	
Lavadora de 5 kg	Diario	Una vez al mes	Quando sea necesario
Microondas	Diario	No aplica	
Sala lounge	Diario	No aplica	
Cámara web	Diario	No aplica	
Hornilla eléctrica	Diario	No aplica	
Frigobar	Diario	No aplica	

Por otro lado, contrataremos un jardinero que se encargará de cuidar el área verde del hotel una vez por semana.

5.9. Programa de operaciones del servicio

5.9.1. Consideraciones sobre la vida útil del proyecto

Para lograr un óptimo funcionamiento del hotel, se requiere considerar los cuidados necesarios en infraestructura, cabe decir los mantenimientos respectivos y necesarios mencionados también anteriormente, como mejorar continuamente en el servicio brindado.

5.9.2. Programa de operaciones del servicio durante la vida útil del proyecto.

La demanda del hotel durante los próximos 5 años se presenta a continuación en el cuadro adjunto.

*Servicio = noche perro

Tabla 5.3.

Proyección de demanda anual

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda de alojamiento (perro)	14 400	18 720	24 336	24 336	24 336
Demanda de alojamiento (gato)	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
Demanda total	16 200	20 520	26 136	26 136	26 136

5.10. Requerimiento de materiales, personal y servicios

5.10.1. Materiales para el servicio

El servicio de alojamiento u hospedaje en el hotel requiere de los activos anteriormente mencionados; además de otros materiales para amoblar el hotel, mantenimiento del jardín, así como para la alimentación de las mascotas.

- Dormitorios de perro:
 - Colchones
 - Colchas
 - Camaras de seguridad
 - Platos de comida (metal)

- Dormitorios para gatos:
 - Camas de cubo
 - Hamacas
 - Platos de comida (metal)
 - Cajas de arena

- Dormitorios de colaboradores:
 - Cama de plaza y media
 - Juego de sábanas
 - Colchas/ edredones
 - Almohadas
 - Woki toki de largo alcance
 - Tacho de basura
 - Ropero dos puerta y cajones
 - Persianas

- Recepción:
 - Aire acondicionado
 - Laptop
 - Caja pequeña de seguridad
 - Teléfono
 - Pantalla de monitoreo general
 - Sala lounge (3 muebles con 1 mesa)
 - Sillas altas
 - Tacho de basura

- Área de comedor/cocina:
 - Cocina a gas pequeña
 - Friobar
 - Microondas
 - Hervidor
 - Cafetera
 - 1 juego de comedor
 - Tacho de basura
 - Persianas
 - Menaje para 4 personas

- Área de baño, secado y acicalamiento
 - Mesas altas movibles
 - Secadoras de pelo
 - Duchas veterinarias

- Correas
- Packs de instrumentos de corte (tijera y cepillo)
- Toallas
- Colonias de mascotas
- Tacho de basura

- Área de recreación
 - Juegos de adiestramiento para canes
 - Pelotas

- Consultorio básico
 - Mesa grande para atención
 - Materiales básicos de Consultorio
 - Báscula veterinaria
 - Tacho de basura

- Oficina administrativa
 - Aire Acondicionado
 - Escritorios con sillas
 - Persiana
 - Laptop
 - Tachos de basura

- Área de Gym
 - Máquinas corredoras
 - Platos de metal
 - Correas

- Almacén
 - Materiales de Limpieza
 - Escoba
 - Recogedor
 - Trapeador
 - Aspiradora
 - Terma (Calentador Eléctrico)

- Área de Lavandería
 - Lavadora de 5kg/Secadora
 - Persianas
 - Tachos de basura

5.10.2. Determinación del requerimiento de personal de atención al cliente

El personal necesario para brindar el mejor servicio de hospedaje a las mascotas contará con 3 auxiliares, quienes estarán a cargo de la supervisión y cuidado de la tranquilidad de las mascotas alojadas; 9 asistentes los cuales serán los encargados de asear, hacer jugar y entrenar a los engreídos; 4 de seguridad; 2 recepcionistas para atención al cliente y 1 contador quienes estarán a cargo de toda la parte logística y financiera; 1 jardinero para el mantenimiento de las áreas verdes, 2 choferes y 1 médico veterinario quien acudirá una vez por semana al hotel para la revisión de los alojados.

Tabla 5.4.

Relación de colaboradores

Personal	Cantidad
Médico veterinario	1
Recepcionista	1
Auxiliar	6
Asistente	2
Seguridad	3
Chofer	2
Contador	1
Limpieza	1
Jardinero	1
Total	18

5.10.3. Servicio de terceros

Para la elaboración de nuestro proyecto contaremos con el médico veterinario externo.

5.10.4.1. Energía eléctrica

La necesidad de la energía eléctrica se calculó en base a los equipos eléctricos que se necesitan para este proyecto. A continuación, se presenta las especificaciones de consumo de cada equipo.

Tabla 5.5

Detalle del consumo en Kwatts de cada activo

Activo	Consumo nominal (Kwatts)/ día	H/día	Total (kw-h/año)
Cocina a gas	-	-	-
Hervidor	0,1	8	288
cafetera	0,12	3	129,6
Ducha veterinaria	0,35	8	1008
Aire acondicionado	0,5	8	1440
Terma	1,5	8	4320
Laptop	0,3	12	1296
Televisor de monitoreo	0,12	20	864
Secadora de pelo	0,12	8	345,6
Lavadora de 5kg	0,5	8	1440
Microondas	0,11	12	475,2
Friobar	0,35	24	3024
			14630,4

5.10.4.2. Agua

En base a estudios realizados se ha determinado que el consumo promedio de agua para un hotel de mascotas, tomando en cuenta que también existe personal administrativo, los cuales realizan algunas tareas adicionales:

- Consumo promedio por persona: 100 litros/día
- Consumo promedio por mascota: 8 litros/día
- Consumo promedio de los SSHH y otros: 17litros/ día

Considerando el 50% de la capacidad del hotel cubierta en temporada baja, tendríamos un consumo promedio de 144 000 litros al año.

En temporada alta consideramos un consumo promedio de 259 200 litros al año.

Para el caso del personal, que no varía durante el año, adicionalmente los SSHH y otras actividades tendríamos un consumo promedio de 218 880 litros al año.

5.11. Soporte físico del servicio

5.11.1. Factor edificio

El hotel contaría con 3 pisos. El primero destinado al área de recepción y cocheras, a las áreas de recreación, las dos piscinas, los dormitorios de los canes, un pequeño comedor y al área de baño, secado y acicalamiento. En el segundo piso, se encontrarían los dormitorios de los auxiliares y asistentes, los baños con ducha incluidas. Por último, en el tercer piso, el área de alojamiento de los gatos, un almacén y un salón de eventos.

- El pequeño comedor debe de contar con 1,5m² por persona
- El área de baño, secado y acicalamiento de mascotas con 25 m²
- El área de la recepción de cliente con baño incluido con 16m²
- El almacén con 9m²
- Dormitorios de auxiliares y asistentes con 9m²
- Dos baños con ducha incluida con 6m²
- La oficina del administrador con 9m²

- Dormitorios canes: 4m2
- Dormitorios gatos: 3m2

5.11.2. El ambiente del servicio

Los ambientes a los cuales tendrán acceso los clientes (dueños de las mascotas) sería casi todo el hotel, ya que les haríamos una visita a todas las instalaciones o áreas del hotel para que conozcan donde están dejando a sus engreídos(as).

El hotel contará con 90 dormitorios individuales; 80 destinados a canes y 10 espacios para los gatos.

Todos los dormitorios incluyen su cama, plato de agua, comida y una cámara instalada. Por otro lado, tenemos el área de baño, secado y acicalamiento de las mascotas; donde también se les hará una limpieza general antes de ingresar a sus habitaciones; un comedor para el refrigerio del personal; el área de recepción con baño incluido para los clientes, servicios higiénicos con ducha incluida para auxiliares y asistentes que se encuentren en su turno de trabajo, un pequeño almacén para guardar cualquier tipo de material o insumos y por último una oficina administrativa.

5.12. Disposición de la instalación del servicio

5.12.1. Disposición general

Para determinar la disposición del servicio se utilizó la herramienta de Análisis Relacional para analizar las relaciones entre las áreas y de esa forma optimizar la distribución del local.

5.12.2. Disposición de detalle

5.12.2.1. Análisis relacional

El local contará con áreas establecidas en sus tres pisos:

Primer piso: Recepción, Comedor/Cocina, Lavandería, Zona de Aseo y Secado, Zona de Dormitorios de canes, Zona de Entretenimiento, Almacén, Servicios higiénicos y Zona de parqueo.

Segundo piso: Dormitorios de colaboradores, consultorio básico, oficina administrativa y el pequeño gimnasio.

Tercer piso: Zona de Dormitorio de gatos, Salón de eventos.

Como requisito para el buen funcionamiento del hotel se necesita que:

- Es absolutamente necesario que la Zona de Baño y Secado estén cerca de las Zona de Entretenimiento porque en esta última es donde estarán la mayor parte del día las mascotas.
- Es especialmente necesario que el Área de Cochera este cerca de la Zona de Entretenimiento, para que sea más rápida la distribución de las mascotas según cuadrantes van a estar. (por tamaño, carácter).
- Es especialmente necesario que el Almacén esté cerca del Área de Comedor/Cocina, ya que ahí se guardarán todos los implementos de limpieza entre otras cosas.
- Es absolutamente necesario que la Recepción este cerca de la Zona de Parqueo, ya que ahí se encuentra la entrada principal del hotel.
- Es especialmente necesario que los SSHH estén cerca de la Recepción, para comodidad de los clientes.
- Es importante que la Zona de Dormitorios caninos esté cerca de las Zonas de Entretenimiento, ya que las mascotas pasarán a sus dormitorios dos veces al día para su refrigerio y/o descanso.

A continuación, se presentan las áreas enumeradas, así como los motivos para realzar el análisis respectivo.

Tabla 5.6.

Leyenda del diagrama relacional

Análisis Relacional

Áreas
Recepción
Zona de Parqueo
Comedor/Cocina
Lavandería
Zona de Aseo y Secado
Zona de Dormitorios
Área de Recreación
Almacén
Servicios higiénicos

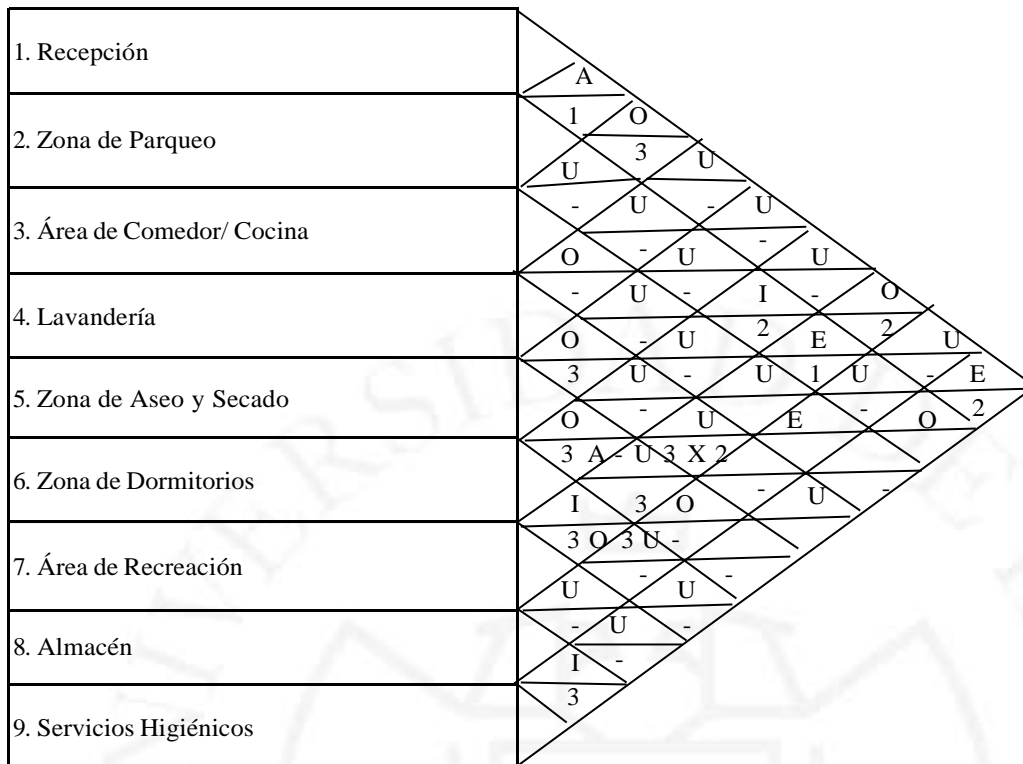
Tabla 5.7.

Lista de motivos

Lista de Motivos
Flujo de proceso
Necesidad del cliente
Practicidad para los trabajadores

Figura 5.2.

Diagrama relacional



5.12.2.2. Plano Detallado

A continuación, se presentan los siguientes planos para la ejecución de nuestro proyecto.

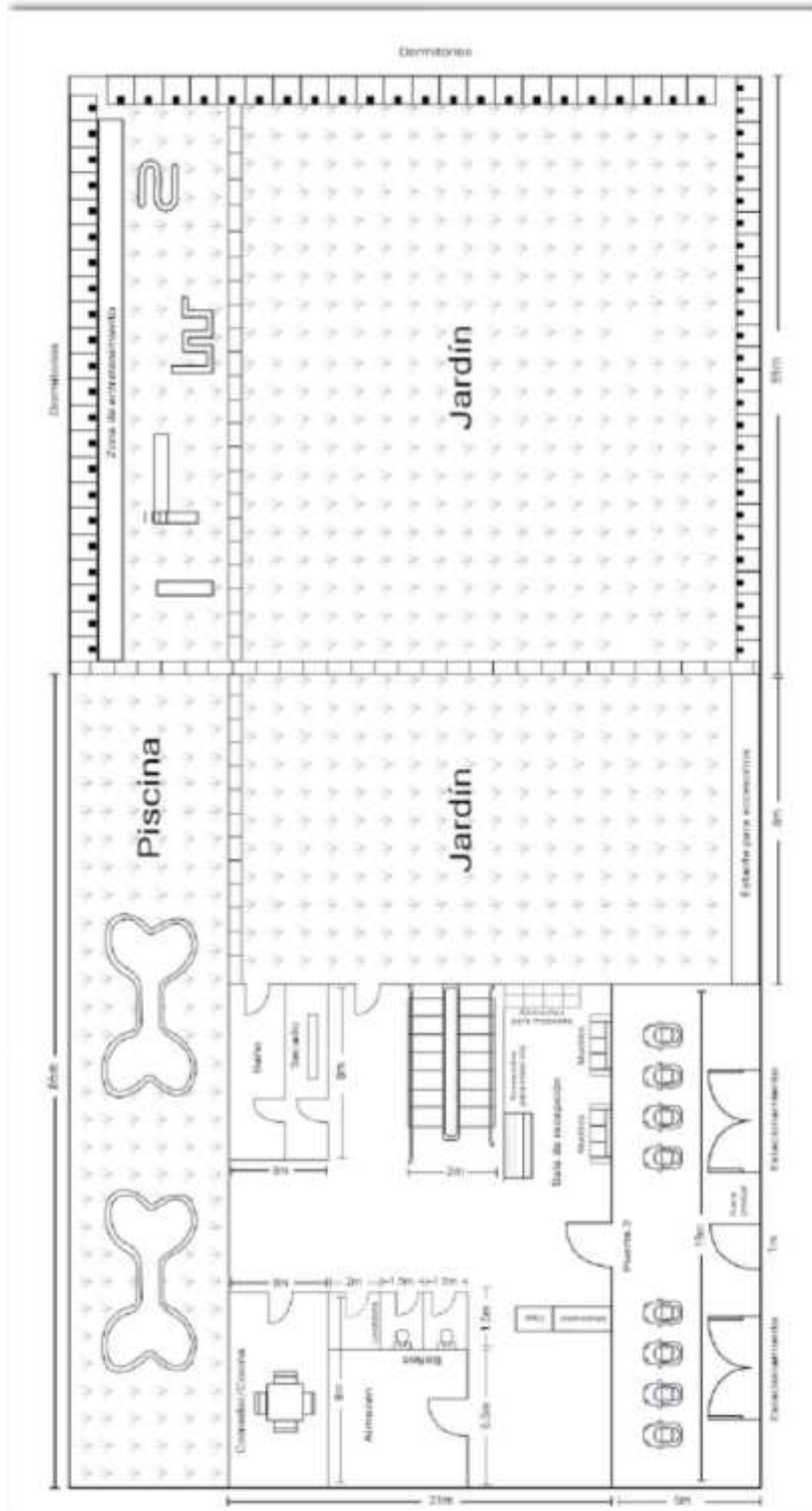


Figura 5.3
Plano de la primera planta

Figura 5.4
Plano de la segunda planta

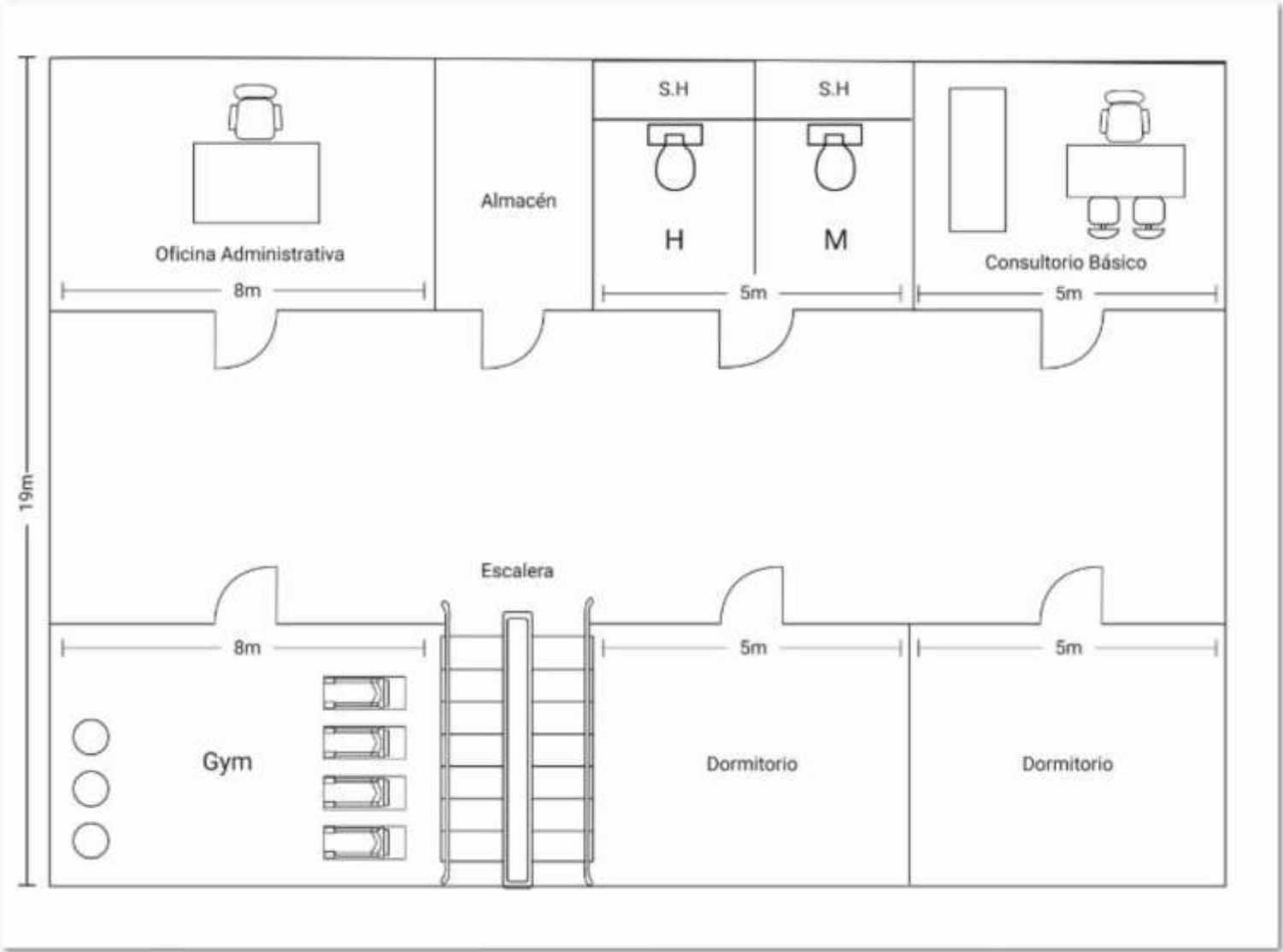
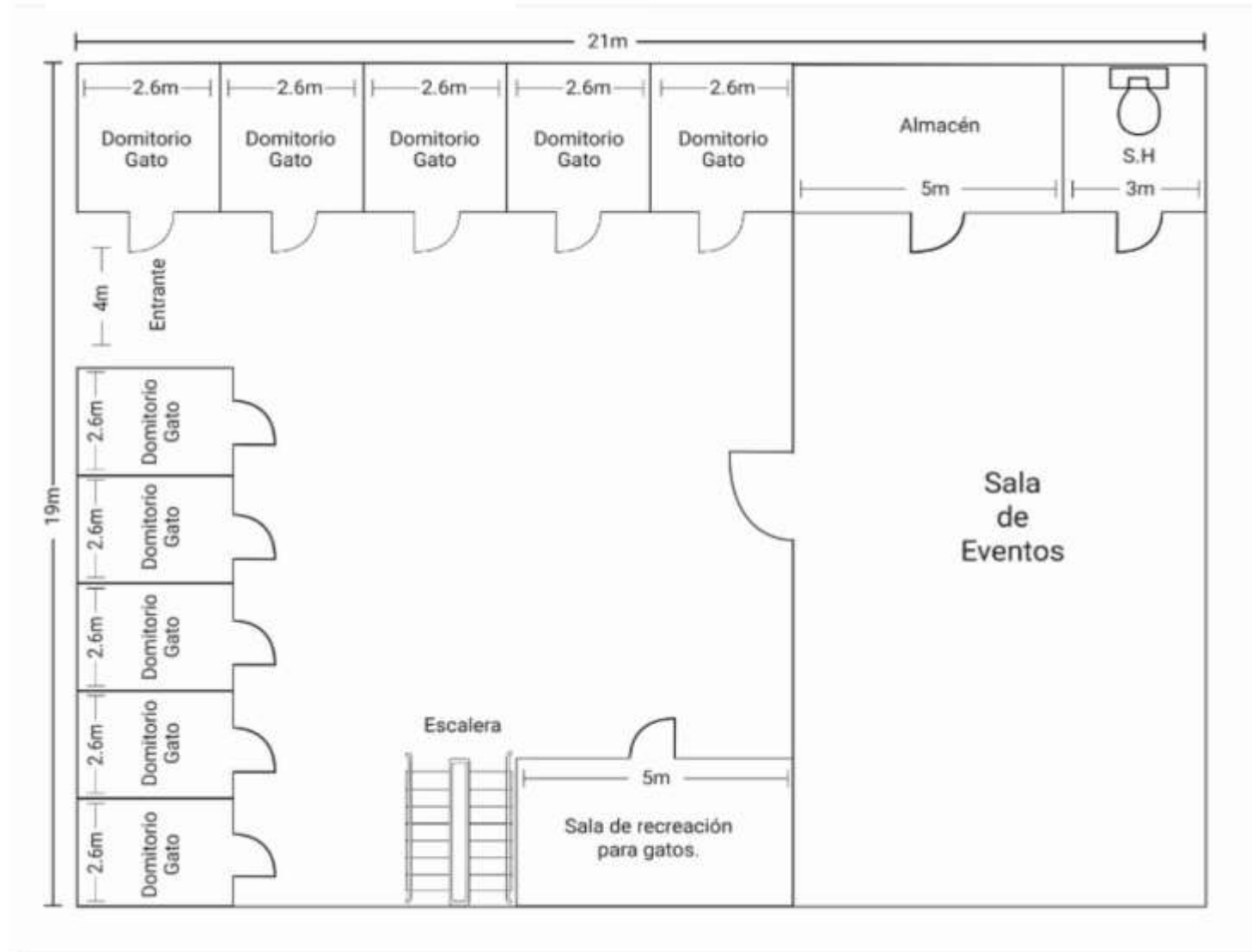


Figura 5.5

Plano de la tercera planta



CAPÍTULO VI. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

6.1. Organización empresarial

Para la ejecución del siguiente proyecto se optó por formar una sociedad anónima cerrada (S.A.C) por presentar los siguientes beneficios:

Los accionistas no tienen responsabilidad personal por las deudas o daños de terceros.

- Facilidad de acumulación de capital o riqueza.
- Las acciones pueden ser vendidas y negociadas de un accionista a otro sin disolver la organización empresarial.
- Los accionistas eligen una junta directiva y gerencia que se encarga de administrar todos los negocios de la compañía.

Según COFIDE, los requisitos para el desarrollo de la formación de la empresa son:

- Fotocopia del DNI de todos los socios y cónyuges.
- 2 fotocopias de DNI del representante legal.
- 1 recibo de servicios (agua, luz, teléfono, etc), original y copia.
- 904 nuevos soles por concepto de la “constitución de empresa”
- 24 nuevos soles por concepto de “búsqueda y reserva”
- 50 nuevos soles por la copia literal.
- 180 nuevos soles por derechos registrales

6.2. Requerimiento de personal directivo, administrativo y de soporte interno del servicio.

A continuación, se presentará un cuadro con el personal que laborará en el hotel para mascotas 5 estrellas.

Tabla 6.1

Requerimiento del personal

Personal	Cantidad
Médico veterinario	1
Recepcionista	1
Auxiliar	6
Asistente	2
Seguridad	3
Chofer	2
Contador	1
Limpieza	1
Jardinero	1
Total	18

Para la ejecución de nuestro proyecto se trabajará con un contador, encargado de la parte financiera y contable de nuestro local, al igual que el administrador que lo apoyará brindándole el soporte necesario para el desarrollo del negocio.

Por otro lado, al ser un hotel de mascotas con atención al cliente las 24 horas del día contamos con tres turnos de trabajo, en los cuales se distribuye el personal que brinda los cuidados necesarios para las mascotas.

Finalmente se contará con personal de limpieza y médico veterinario, que no trabajaran tiempo completo, sino con un horario establecido de horas al mes.

6.3. Esquema de la estructura organizacional y funciones generales de los principales puestos.

A continuación, se presenta el organigrama del hotel para mascotas cinco estrellas

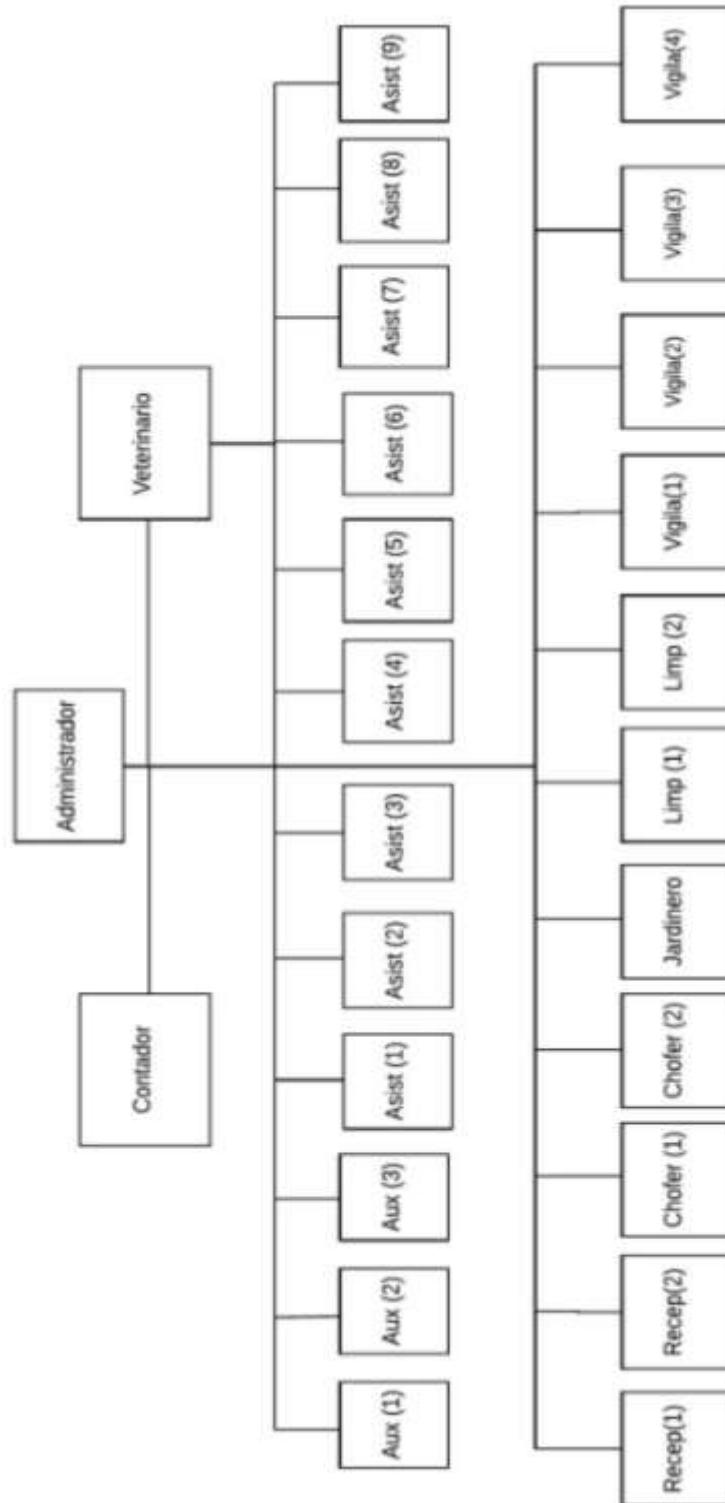


Figura 6.1
Organigrama

A continuación, se detallan las principales funciones del personal del local

Tabla 6.2.

Perfil del puesto del recepcionista

RECEPCIONISTA	
Requisitos	Manejo de Excel, buena predisposición y responsable con los ingresos del negocio. 1. Recibir a los clientes, proporcionándoles toda la información que requieran. 2. Llevar el control de entradas y salidas de las mascotas.
Principales Funciones	3. Encargada del cobro por el servicio brindado. 4. Coordinar con los choferes los recojos y regresos de las mascotas.
Sueldo	S/ 1 200

Tabla 6.3.

Perfil del puesto del auxiliar

AUXILIAR	
Requisitos	Estudios universitarios completos. Conocimiento general de primeros auxilios a canes y gatos. Conocimiento de corte canino. Entre los 20 y 25 años. Haber trabajado con mascotas antes, teniendo buenas referencias. 1. Responsables en general de las mascotas hospedadas. 2. Proporcionarles alimentación a las mascotas de acuerdo al horario programado. 3. Permanecer con las mascotas durante el día, a menos que estén en sus
Principales Funciones	habitaciones. 4. Aseo completo de las mascotas. 5. Dar aviso de alguna emergencia.
Sueldo	S/ 1 500

Tabla 6.4.

Perfil del puesto del asistente

ASISTENTE	
Requisitos	Estudios universitarios completos. Entre los 20 y 25 años. Conocimiento de corte canino. Haber trabajado con mascotas antes, teniendo buenas referencias.
Principales Funciones	1. Asistir al auxiliar cuando se ofrece alta demanda de huéspedes. 2. Ayuda también en el aseo de las mascotas (baño, corte, etc.) incluidos masajes una vez por semana.
Sueldo	S/ 1 200

Tabla 6.5.

Perfil del puesto del personal de seguridad

SEGURIDAD	
Requisitos	Haber trabajado en Seguridad por lo menos 3 años.
Principales Funciones	1. Encargarse de la seguridad del hotel de acuerdo con su turno. 2. Coordinar con los choferes las entradas y salidas de los canes. 3. Llevar el control por horario y por cantidades de mascotas que entran o salen.
Sueldo	S/ 1 100

Tabla 6.6.

Perfil del puesto de personal de médico veterinario

MEDICO VETERINARIO	
Requisitos	Título veterinario con experiencia de por lo menos 5 años.
Principales Funciones	1. Auxiliar a las mascotas según necesidad.
Sueldo	S/ 500 (cinco veces al mes aprox)

Tabla 6.7.

Perfil del puesto de chofer

CHOFER	
Requisitos	Licencia de conducir
Principales funciones	1. Recoger a las mascotas de sus domicilios
	2. Registrar a las mascotas en las recepción.
	3. Dejar a las mascotas en su domicilio
Sueldo	950 soles

Tabla 6.8.

Perfil del puesto del contador

CONTADOR	
Requisitos	Estudios de contabilidad
Principales funciones	1. Realizar la contabilidad de la empresa
	2. Elaborar las planillas para el pago de sueldos
	3. Asesoramiento empresarial.
Sueldo	700 soles

Tabla 6.9.

Perfil del puesto del encargado de la limpieza

ENCARGADO DE LIMPIEZA	
Requisitos	Servicio tercerizado
Principales funciones	1.Limpiar baños y pisos
	2.Desinfectar la zona donde se encuentran las mascotas
	3.Colocar las bolsas de basura y retirarlas al final del día
Sueldo	S/. 950

Tabla 6.10.

Perfil del puesto del jardinero

JARDINERO	
Requisitos	Experiencia en el cuidado de plantas
Principales funciones	1.Podar y regar el pasto
	2.Desinfectar y regar las plantas
	3.Cuidado de la tierra
Sueldo	S/. 300

CAPÍTULO VII. ASPECTOS ECONÓMICOS

7.1. Inversiones

7.1.1. Inversión en la infraestructura para el servicio

Tabla 7.1

Inversión en la infraestructura para el servicio S/

Terreno	1 040 000
Construcción y equipamiento del hotel	997 832
Inversión Total (S/)	2 037 832

7.1.2. Capital de trabajo

Se ha considerado un capital por los primeros tres meses, teniendo en cuenta que inmediatamente después se contará con la liquidez para continuar con el proyecto. Este capital, básicamente incluye los sueldos de todos los colaboradores, tanto personal de atención al cliente como de soporte interno; los intereses del préstamo bancario y los servicios (luz, agua, etc).

Tabla 7.2.

Capital de trabajo

	Por 3 meses (S/)
Sueldos	74 058
Gastos financieros (Interés)	48 955
Servicios	4 971
Capital de Trabajo (S/)	127 984

7.2. Costos de las operaciones del servicio

7.2.1. Costos de materiales del servicio

Dentro de estos costos, se considera los que generan las mascotas, ya que son a ellos a quienes se les brinda el servicio.

Tabla 7.3.

Costos de materiales de servicio

Materiales para el servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comida para perro dog show 3 kilos	216 000	280 800	367 200	367 200	367 200
Comida para gato dog show 3 kilos	5 670	5 670	5 670	5 670	5 670
Comida para perro proplam 1 kilo	84 240	84 240	84 240	84 240	84 240
Colonia para mascotas	1 920	2 880	3 456	3 456	3 456
Shampoo para mascotas	2 400	3 600	4 320	4 320	4 320
Shampoo medicados para perros (16onz)	780	780	780	780	780
Antipulgas para mascotas	7200	7200	7200	7200	7200
Otros	8 533	8 171	8 171	8 171	8 171
Total (S/)	276 901	333 340	407 658	407 658	407 658

7.2.2. Costo de los servicios (energía eléctrica, agua, transporte, etc.)

Se considera los servicios básicos, teniendo en cuenta también la gasolina del transporte del recojo y retorno de las mascotas.

Tabla 7.4.

Costos de los servicios

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	8 047	8 047	8 047	8 047	8 047
Agua	2 044	2 441	2 680	2 680	2 680
Transporte	13 371	13 371	26 743	26 743	26 743
Total (S/)	19 883	20 220	31 754	31 754	31 754

7.2.3. Costo del personal

7.2.3.1. Personal de atención al cliente

Se detalla en el siguiente cuadro los sueldos, con todos sus beneficios según Ley, a los colaboradores que se encargan de la atención al cliente final y a su mascota.

Tabla 7.5.

Costos del personal de atención al cliente

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Recepcionista	16 091	16 895	17 740	18 627	19 558
Auxiliar	120 679	126 713	133 049	139 701	146 686
Asistente	32 181	33 790	35 480	37 254	39 116
Chofer	25 477	26 751	28 088	29 492	30 967
Médico Veterinario	6 000	6 300	6 615	6 946	7 293
Costo de M.O.D (S/)	200 428	210 449	220 971	232 020	243 621

7.2.3.2. Personal de soporte interno del servicio

Se detalla en el siguiente cuadro los sueldos, con todos sus beneficios según Ley, a los colaboradores que se encargan del soporte de hotel, tanto en la rentabilidad como en el cuidado y seguridad de éste.

Tabla 7.6.

Costos del personal de soporte interno

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contador	2 800	2 940	3 087	3 241	3 403
Limpieza	12 738	13 375	14 044	14 746	15 484
Jardinero	3 600	3 780	3 969	4 167	4 376
Seguridad	132 747	139 384	146 354	153 671	161 355
Costo de M.O.I (S/)	151 885	159 480	167 454	175 826	184 618

7.3. Presupuestos Operativos

7.3.1. Presupuesto de ingreso por ventas

Se detalló al inicio en el cuadro, la demanda de alojamiento por tipo de mascota, ya que el número de dormitorios no es el mismo; sin embargo, al final si se suma porque el precio de alojamiento por noche no varía.

Tablas 7.7.

Ingresos por ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda de alojamiento diaria (perro)	14 400	18 720	24 336	24 336	24 336
Demanda de alojamiento diaria (gato)	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
Demanda total diaria	16 200	20 520	26 136	26 136	26 136
Precio de alojamiento	59	59	59	59	59
Ingreso por ventas (S/)	955 800	1 210 680	1 542 024	1 542 024	1 542 024

7.3.2. Presupuesto operativo de costos

Dentro de los costos operativos, se consideran los materiales, personal, servicios que se requieren directamente para uso de las mascotas.

La depreciación es de la construcción del hotel, así como de las maquinas o equipos.

Tabla 7.8.

Presupuesto operativo de costos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales	276 901	333 340	407 658	407 658	407 658
Personal de atención al cliente	200 428	210 449	220 971	232 020	243 621
Servicios	19 883	20 220	31 754	31 754	31 754
Depreciación Fabril	38 779	38 779	38 779	38 779	38 779
Total Costos de Ventas (S/)	535 991	602 788	699 163	710 212	721 813

7.3.3. Presupuesto operativo de gastos administrativos

Los gastos administrativos conciernen el personal administrativo (mano de obra indirecta), imprevistos que puedan surgir en los inicios del proyecto; así como la depreciación no fabril (equipo inmobiliario del hotel) y los gastos de activos intangible (publicidad, diseño de la página web, software).

Tabla 7.9.

Presupuesto operativo de gastos administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal administrativo					
(M.O.I)	151 885	159 480	167 454	175 826	184 618
Imprevistos	15 189	15 948	16 745	17 583	18 462
Depreciación no fabril	851	851	851	851	851
Gastos de Activos					
Intangible	12 700				
Total Gastos Adm (S/)	180 625	176 278	185 050	194 260	203 930

7.4. Presupuestos Financieros

7.4.1. Presupuesto de Servicio de Deuda

Se realizó la simulación con una entidad financiera.

Tabla 7.10.

Presupuesto de servicio de deuda

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Prestamo	1 307 110	1 113 245	890 300	633 914	339 071
Intereses (Gastos Financieros EERR)	196 066	166 987	133 545	95 087	50 681
Amortización	193 865	222 944	256 386	294 844	339 071
Cuota (S/)	389 931	389 931	389 931	389 931	389 931

TEA =	15%
n =	5

7.4.2. Presupuesto de Estado Resultados

En el cuadro adjunto, se resaltan las ventas, costos y margen de los próximos cinco años del proyecto; donde se puede apreciar que la utilidad neta es aprox un 30% de la venta, excepto por el primer año, lo cual es un buen indicador.

Tabla 7.11.

Presupuesto de Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	955 800	1 210 680	1 542 024	1 542 024	1 542 024
Costo de Ventas	535 991	602 788	699 163	710 212	721 813
Utilidad Bruta	419 809	607 892	842 861	831 812	820 211
Gastos Adm	180 625	176 278	185 050	194 260	203 930
Utilidad Operativa	239 185	431 614	657 811	637 553	616 281
Gastos Financieros	196 066	166 987	133 545	95 087	50 681
UAI	43 118	264 627	524 266	542 466	565 421
Imp. Renta	12 935	79 388	157 280	162 740	169 626
U.Neta (S/)	30 183	185 239	366 986	379 726	395 795

7.4.3. Presupuesto de Estado de Situación Financiera

En este cuadro, se detalla la participación en porcentaje del monto del accionista vs el del préstamo bancario; donde se aprecia que se necesita en mayor proporción de un préstamo para el inicio del proyecto.

Tabla 7.12.

Presupuesto de Estado de situación financiera

RUBRO	IMPORTE	% PARTICP.
Accionistas	870 326	40%
Préstamo	1 305 489	60%
TOTAL, S/.	2 175 815	100%

7.5. Flujo de fondos netos

7.5.1. Flujo de fondos económicos

Tabla 7.13.

Flujo de fondos económicos

RUBRO	Año 0	1	2	3	4	5
Inversión total	-2 178 516					
Utilidad neta		30 353	159 757	389 366	363 631	379 662
(+) Amortización de intangibles		12 700	12 700	12 700	12 700	12 700
(+) Depreciación fabril		38 779	38 779	38 779	38 779	38 779
(+) Depreciación no fabril		851	851	851	851	851
(+) Gastos financieros		137 247	116 981	93 482	66 561	35 602
(+) Valor en libros						1 846 033
(+) Capital de trabajo						127 984
Flujo neto de fondos económicos (S/)	-2 175 815	219 759	354 459	512 798	498 617	2 457 744
Flujo de caja acumulada (S/)		-1 958 757	-1 604 297	-1 091 500	-592 883	1 864 861
Flujo de fondos económico actual (S/)		189 448	263 421	328 528	275 382	1 170 164

7.5.2. Flujo de fondos financieros

Tabla 7.14.

Flujo de fondos financieros

RUBRO	Año 0	1	2	3	4	5
Inversión total	-2 178 516					
Préstamo	1 307 110					
Utilidad neta		30 183	185 239	366 986	379 726	395 795
(+) Amortización de intangibles		12 700	12 700	12 700	12 700	12 700
(+) Depreciación fabril		38 779	38 779	38 779	38 779	38 779
(+) Depreciación no fabril		851	851	851	851	851
(-) Amortización del préstamo		193 865	222 944	256 386	294 844	339 071
(+) Valor en libros						1 846 033
(+) Capital de trabajo						127 984
Flujo neto de fondos financieros (S/)	-871 406	-111 352	14 624	162 930	137 212	1 955 087
Flujo de fondos acumulado (S/)		-982 758	-968 134	-805 204	-667 992	1 287 095
Flujo de fondos financieros actual (S/)	-871 406	-95 993	10,868	104,382	75,781	930,842

CAPÍTULO VIII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

8.1. Evaluación económica: VAN, TIR, B/C, PR

A continuación, se presenta los siguientes resultados económicos del proyecto:

VAN, TIR, Relación beneficio/costo y el periodo de recupero.

Tabla 8.1.

Resultados económicos

VAN Económico (S/)	124 793
Relación B / C	1,022
TIR económico	16,66%
Periodo de recupero (años)	2,24

8.2. Evaluación financiera: VAN, TIR, B/C, PR

A continuación, se presenta los siguientes resultados financieros del proyecto:

VAN, TIR, Relación beneficio/costo y el periodo de recupero.

Tabla 8.2.

Resultados financieros

VAN Financiero (S/)	200 428
Relación B / C	1,177
TIR financiero	19,79%
Periodo de recupero (años)	2,34

COK 16%

8.3. Análisis de ratios (liquidez, solvencia, rentabilidad) e indicadores económicos y financieros del proyecto

Para determinar el análisis económico se asume como inversión el aporte de terceros, en este caso la entidad financiera; por ende, el costo de esta se calcula con el CPPC: el promedio ponderado del COK (costo de oportunidad del accionista) y la TEA bancaria (tasa efectiva anual). Para el análisis financiero el aporte bancario lo asumimos como ingreso en el año 0 (solo se considera inversión el aporte de los accionistas), por lo que la tasa de descuento a utilizar es el COK.

Para evaluar la rentabilidad del proyecto se utilizó cuatro herramientas financieras: VAN, TIR, relación beneficio/costo y periodo de recupero.

En este caso, si el resultado del valor actual neto (VAN) es positivo y supera la inversión, quiere decir que nuestro proyecto es rentable.

Por otro lado, el proyecto será rentable siempre y cuando la tasa de retorno de la inversión (TIR) sea mayor o igual al CPPC, en el caso del flujo económico; y al COK, en caso del flujo financiero.

La relación beneficio/costo, resulta de la división del VAN (beneficio) y la inversión

(costos). En caso sea superior a uno, los beneficios superaran a los costos por lo que es rentable; caso contrario la inversión supera a los beneficios y el proyecto sería inviable.

Finalmente, el periodo de recupero es el tiempo que tarda en recuperar la inversión inicial mediante el flujo de caja. En caso el periodo sea mayor a la vida útil del proyecto, este sería inviable.

A continuación, se concluye que nuestro proyecto es rentable por las siguientes características:

- El VAN, tanto económico como financiero es mayor a 0.
- La TIR económica y financiera 16,66% y 19,79% respectivamente.
- La relación beneficio/costo económico y financiero 1,022 y 1,177 respectivamente.
- El periodo de recupero económico y financiero 2,24 y 2,34 años respectivamente.

CAPÍTULO IX. EVALUACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO

9.1. Identificación de las zonas y comunidades de influencia del proyecto

El proyecto se desarrollará e impactará en las personas que viven o trabajan en el departamento de Lima y/o más de aquellas que se encuentran ubicadas en el distrito de Pachacamac, lugar donde se implementará el local con más de 135 mil habitantes.

Por otro lado, el proyecto beneficiará directamente a los consumidores que cuentan con mascotas (Canes y gatos) y buscan que se les brinde un cuidado personalizado las 24 horas del día. Además, se busca que más personas que no necesariamente tengan la costumbre de dejar a su mascota en un hospedaje, puedan tomar dicha decisión.

Entre los beneficiarios se encuentran los proveedores mayoristas de alimentos y accesorios para mascotas, quienes se encuentran laborando y creciendo en la ciudad de Lima. Ellos, gracias a nuestras compras mensuales, contarán con un ingreso adicional en su salario.

También, el proyecto ayudará al distrito de Pachacamac con el pago de impuestos a la municipalidad que son utilizados para la infraestructura, proyectos y seguridad del distrito.

Finalmente, el proyecto brindará empleo a las personas de la zona y la oportunidad de aprendizaje y crecimiento profesional.

9.2. Impacto social del proyecto

El proyecto tendrá un impacto positivo en la sociedad por los beneficios que brindará a los consumidores, proveedores y sociedad en general.

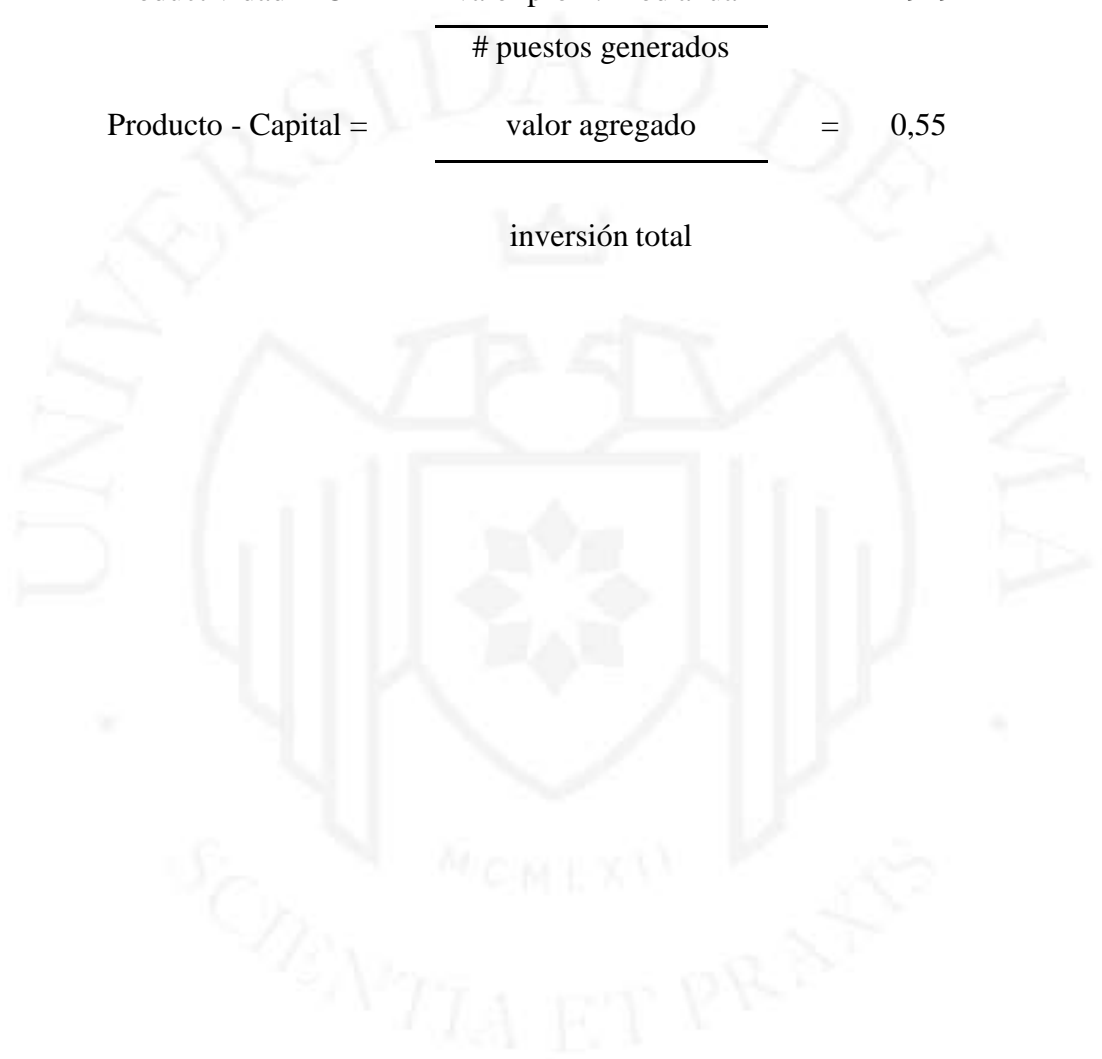
A continuación, se presenta los principales indicadores de evaluación social del proyecto:

$$\text{Densidad de capital} = \frac{\text{inversión total}}{\# \text{ empleos generados}} = 68\,709$$

$$\text{Intensidad del capital} = \frac{\text{inversión total}}{\text{Valor agregado}} = 1,77$$

$$\text{Productividad MO} = \frac{\text{valor prom. Prod anual}}{\# \text{ puestos generados}} = 4\,929$$

$$\text{Producto - Capital} = \frac{\text{valor agregado}}{\text{inversión total}} = 0,55$$



CONCLUSIONES

- El proyecto es viable debido a que la demanda se encuentra en constante crecimiento, sobre todo en las temporadas de verano donde los limeños viajan al sur para pasar los fines de semana lejos del centro de la ciudad.
- La tecnología que usaremos en nuestro proyecto es sencilla y de fácil acceso por lo que es viable al usar un bajo costo en la adquisición de dichos equipos.
- Estamos siendo muy exhaustivos en el personal con el que queremos trabajar, para de esta forma no tener quejas y poder ser la primera opción de los clientes.
- En cuanto a los resultados económicos y financieros del proyecto, hemos obtenido números congruentes en cuanto a Van y Tir.
- Los resultados Beneficio/Costo y Periodos de recupero, se consideran válidos para iniciar un proyecto viable.

RECOMENDACIONES

A continuación, detallaremos algunas recomendaciones:

- Para poder competir con los hospedajes de mascotas que se encuentran en Lima, debemos buscar fidelizar a los clientes brindándoles un buen servicio y precio. Para ello, se buscará lanzar nuevas promociones en donde se incluya una atención personalizada a la mascota como baño, corte o masajes, o brindándoles un día gratis por tres o más alojamientos.
- También en nuestra página web se puede publicar sorteos donde se regale comidas o accesorios para las mascotas de aquellos clientes que constantemente tomen nuestros servicios.
- Los empleados de nuestro local deben ser capacitados constantemente y mantenerlos motivados, ya que son ellos quienes tienen un contacto directo con el cliente y pueden brindar un servicio de calidad y personalizado a la mascota.
- La empresa debe tener en cuenta que tiene que ser constante en sus pagos que realiza a los servicios terceros, por ello no deberá retrasarse y evitar las moras establecidas y de esa manera contar con un rango crediticio.
- La empresa debe lanzar campañas de marketing para poder penetrarse en el mercado competitivo y poder llegar a más clientes que cuenten con mascotas. Para ello, se puede lanzar publicidad en la televisión, radio y paneles de las calles en donde tenga más allegada al público objetivo.

REFERENCIAS

- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. (2016). Pag 13,15,21.
Recuperado de: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2016.pdf>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (2016). Pag 29
Recuperado de:
https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/cpi_mascotas_201610.pdf
- Guinaudeau, C., Paz, E., Shimabuku, D., Vela, J. (2015). *Plan de negocios para implementación de un hotel spa de mascotas en Lima Metropolitana* (tesis de licenciatura). Universidad ESAN
- K9 Travesías – Excursiones y Petshop. (2016). *10 hoteles para mascotas en Lima*.
Recuperado de: <http://www.k9travesias.com/10-hoteles-para-mascotas-en-lima/>
- Veloza, A. (2007). *Proyecto de Factibilidad para la creación de un hotel para mascotas tipo 5 estrellas* (monografía para especialización, Universidad de Lasalle, Bogotá, Colombia). Recuperado de:
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/1799/T82.07%20V546p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Marín, H y Medina A. (2012). *Plan de negocios para una guardería de perros en la vereda filo bonito de Pereira* (monografía para especialización, Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia). Recuperado de:
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/1799/T82.07%20V546p.pdf?sequence=1>.

BIBLIOGRAFÍA

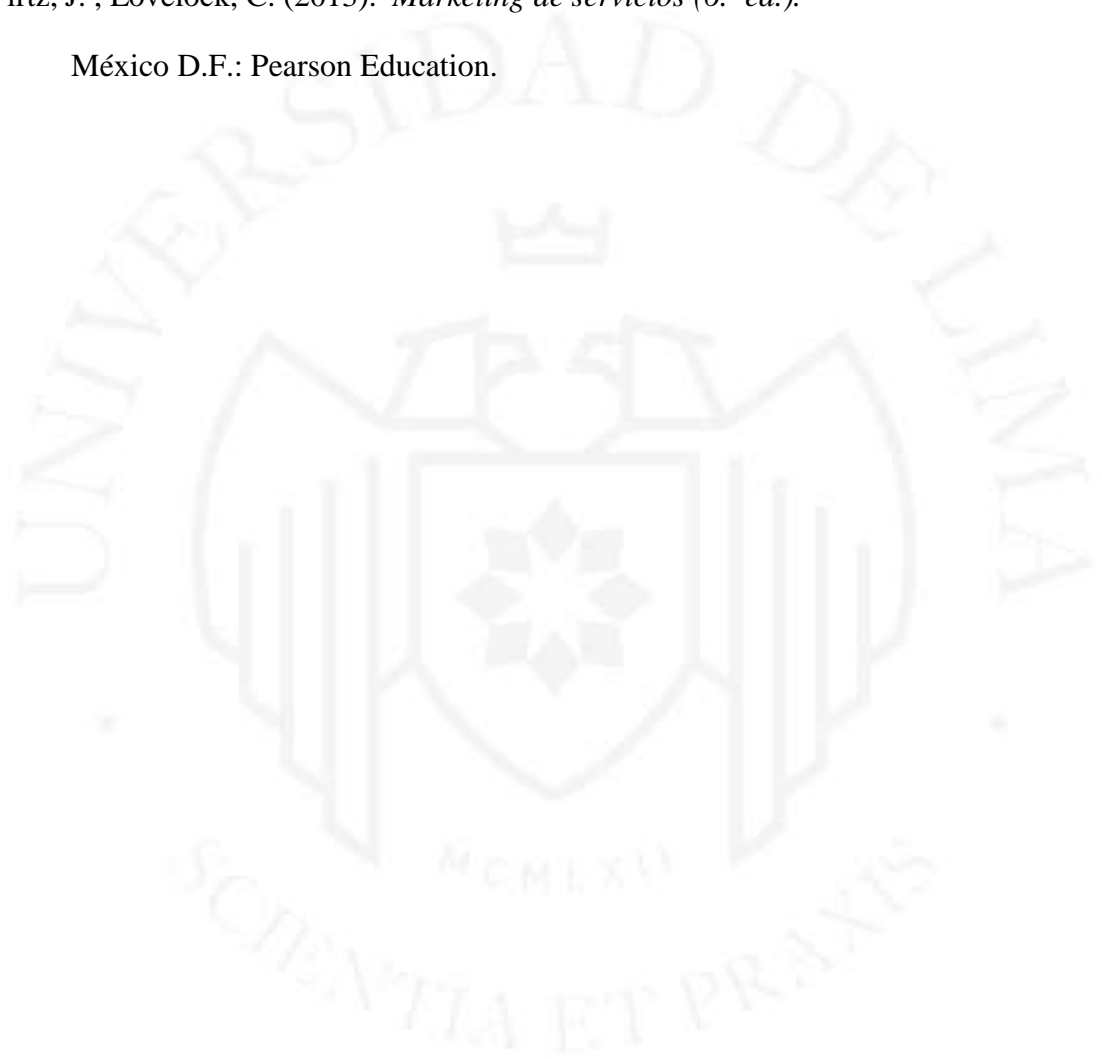
- Álvarez, J. (Julio 2014). *Perú, país perruno*. Recuperado <http://www.ipsos.pe>
- Castellano, G. (Noviembre del 2017). *Cantidad de comida ideal para tu perro*.
Recuperado de [http://www.elcomercio.com/narices-frias/cantidad-alimentacion-perros-
mascotas-salud.html](http://www.elcomercio.com/narices-frias/cantidad-alimentacion-perros-mascotas-salud.html)
- Díaz, B. (2016). *Disposición de planta*. Lima: Universidad de Lima.
- Fernández, E. (2010). *Administración de empresas, Un enfoque interdisciplinar*. Madrid: Paraninfo.
- García, C.A. (2013). *Adiestramiento canino cognitivo emocional*. Madrid: Diez de Santos.
- Garcidueñas, P. (10 de abril del 2014). *¿Sabes cuánta agua consumes diariamente?* Recuperado de <https://www.expoknews.com/sabes-cuanta-agua-consumes-diariamente/>
- Gallego, O. (Octubre 2017). *Cantidad de comida diaria para gatos*.
Recuperado de <https://www.expertoanimal.com/cantidad-de-comida-diaria-para-gatos-21839.html>
- Johnson, G., Scholes Kevan, Whittington Richard. (2006) *Dirección estratégica*, (7.^a ed.). México D.F.: Pearson Education.
- Ludwing, G. (2009). *300 preguntas sobre los gatos*. México D.F.: Everest.
- LG. (18 de octubre del 2017). Recuperado de <http://www.lg.com/pe>.
- Mi pata Pet Hotel -& Resort. (15 de mayo del 2017). Recuperado de <https://www.mipatapethotel.com/>.

Romainville, M. (27 de julio del 2017). *Conozca el rentable negocio de hospedaje de perros en Lima*. Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/conozca-rentable-negocio-hospedaje-perros-lima-noticia-1828268>

TodoAutos (2017). Recuperado de <http://www.todoautos.com.pe/f6/cuantos-kilometros-por-galon-consumen-nuestros-autos-1194.html>.

Wirtz, J. , Lovelock, C. (2013). *Marketing de servicios (6.ª ed.)*.

México D.F.: Pearson Education.





ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA

1. ¿Cuenta con alguna mascota?
 - Si
 - No
2. ¿Con qué frecuencia su mascota asiste a un servicio en la veterinaria?
 - Una vez cada quince días
 - Una vez al mes
 - Nunca
3. ¿Con que frecuencia viaja usted al año?
 - Una vez al año
 - Dos veces al año
 - Tres o más veces al año
 - Nunca
4. ¿Si usted viaja, que suele hacer con su mascota?
 - Dejarla en su veterinaria de confianza
 - Dejarla en un hospedaje
 - Dejarla con un familiar
 - Llevarla al viaje
5. ¿En qué situación usa este servicio? Y si no lo usa, ¿Cuál es la razón?
6. ¿Cuánto es el gasto que asume por el servicio de hospedaje o guardería de su mascota por día?
 - 30 soles
 - De 30 a 50 soles
 - Más de 50 soles
7. Si tuviese mascota, ¿Le gustaría contar con un servicio completo de hospedaje (baño, corte, alimentación, movilidad y recreación), adicionando un monitoreo las 24 horas del día?
 - Sí
 - No

8. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar al día por el servicio?

Entre 30 y 50 soles

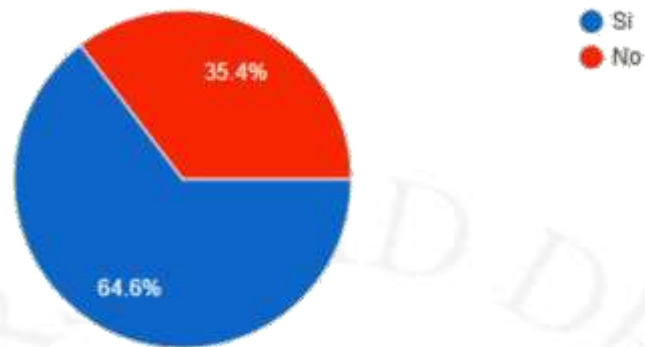
Entre 50 y 70 soles

Más de 70 soles.



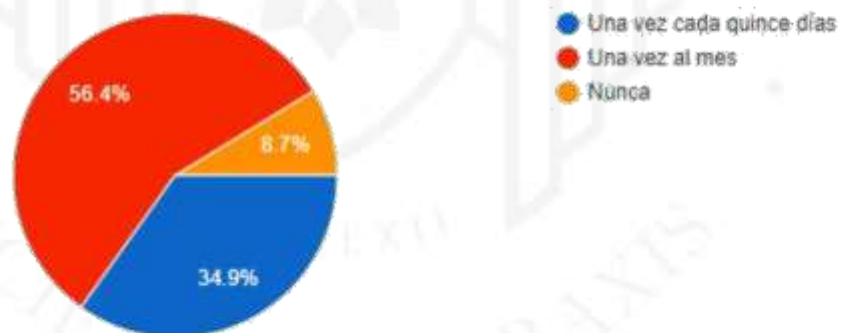
1. ¿Cuenta con alguna mascota?

325 respuestas



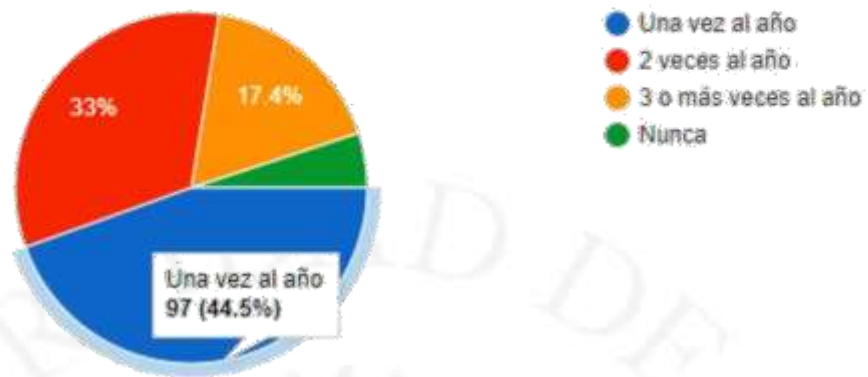
2. ¿Con qué frecuencia su mascota asiste a un servicio en la veterinaria?

218 respuestas



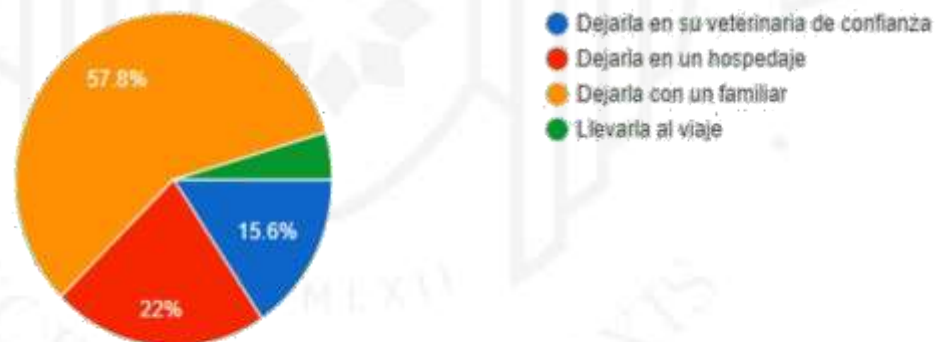
3. ¿Con que frecuencia ud. viaja al año?

218 respuestas



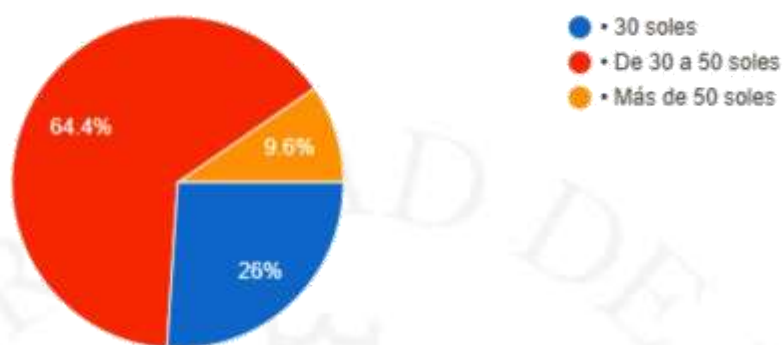
4. Si usted viaja, ¿que suele hacer con su mascota?

218 respuestas



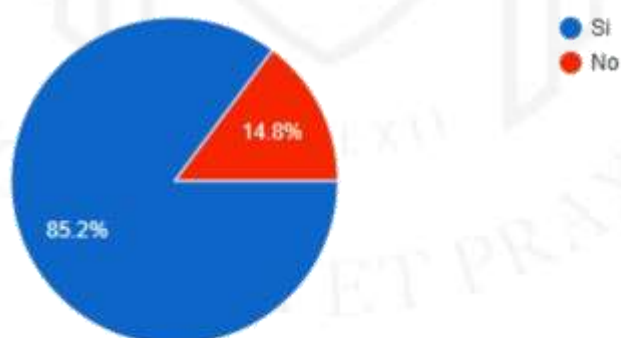
6. ¿Cuánto es el gasto que asume por el servicio de hospedaje o guardería de su mascota por día?

146 respuestas



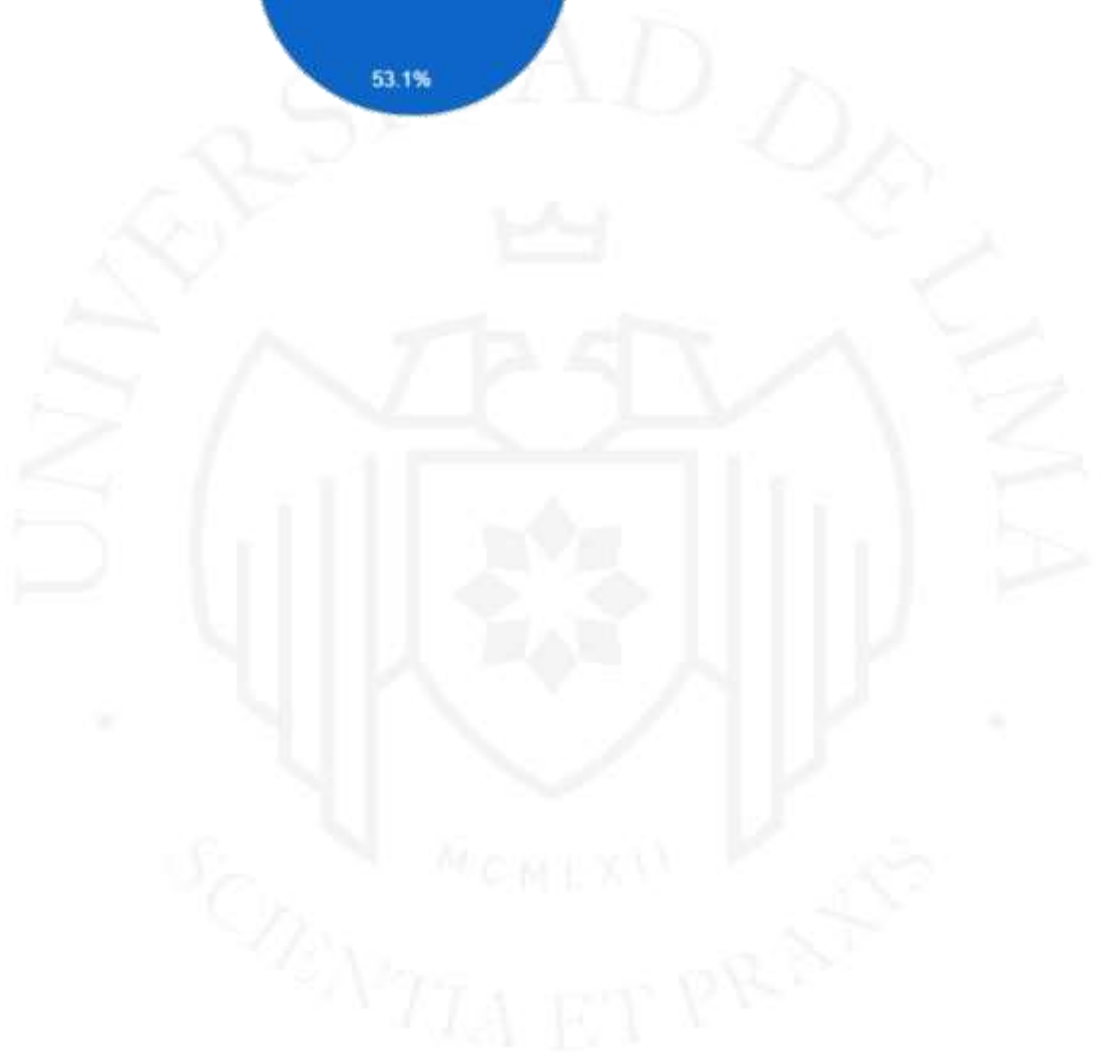
7. Si tuviera mascota, ¿Le gustaría contar con un servicio completo de hospedaje (baño, corte, alimentación, movilidad y recreación), adicionando un monitoreo las 24 horas del día?

325 respuestas



8. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar al día por el servicio?

277 respuestas



Perros

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	8%
2	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	6%
3	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	1%
4	larepublica.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.utp.edu.co Fuente de Internet	<1%
6	2011sociologia.wordpress.com Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
8	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1%