

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



EMPRESA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO Y ENTRETENCIÓN FAMILIAR
“FAMILY PETS RESORT”

MÓDULO DE EMPREDIMIENTO GERENCIAL III Y TITULACIÓN
PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL

ALUMNOS

ANDREA SORAYA BARRAZA CATALÁN
NICOLE ANDREA CABRERA BAHAMÓNDEZ
MEYBILLIN ARACELY LIZANA SALINAS

VIÑA DEL MAR, DICIEMBRE 2018

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



EMPRESA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO Y ENTRETENCIÓN FAMILIAR
“FAMILY PETS RESORT”

MÓDULO DE EMPREDIMIENTO GERENCIAL III Y TITULACIÓN
PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL

ALUMNOS

ANDREA SORAYA BARRAZA CATALÁN
NICOLE ANDREA CABRERA BAHAMÓNDEZ
MEYBILLIN ARACELY LIZANA SALINAS

Profesores:

Sr. Marcelo Cuevas

Sr. Galo Herrera B.

Sra. Tania Jakasovic

Sr. Carlos Vásquez

Quiero dar gracias a mi familia por su incondicional apoyo,

A mi hija Florencia Platz Barraza,

Quien es mi pilar fundamental,

Mi motivación día a día

A cumplir esta linda etapa que culmina.

Andrea Barraza Catalán

A mi madre quien es parte fundamental en mi vida,

siempre entregándome su apoyo y amor.

A mis hermanas que siempre estuvieron alegrándome mis días,

cuando más lo necesitaba.

A mi familia que me brindó todo su apoyo

y que siempre confiaron en mí,

A mi compañero de vida, quien estuvo conmigo siempre,

entregándome todo su apoyo, amor y contención.

A mis amigas por toda su ayuda y compañía en todo momento.

Doy por finalizado éste lindo logro en mi vida.

Nicole Cabrera Bahamóndez

A mi familia quienes son parte fundamental de mi vida,
A mis padres gracias por ese apoyo incondicional.
Ellos me enseñaron que con constancia y esfuerzo todo es posible,
A mis hermanos mayores quienes siempre creyeron en mí
y me dieron ánimo de seguir adelante
para cumplir todas las metas que he me propuesto
Gracias a todos quienes creyeron en mí,
en especial a mi pareja quién fue un pilar fundamental,
hoy puedo decir que ha concluido con éxito otra etapa más en mi vida

Meybillin Lizana Salinas

ÍNDICE

0.	RESUMEN EJECUTIVO	15
1.	PRESENTACIÓN DEL NEGOCIO	18
1.0.	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DEL NEGOCIO.....	18
1.1	MODELO DE NEGOCIOS	19
1.2	JUSTIFICACION DEL PROYECTO.....	20
1.2.1	Necesidades sociales:	20
1.2.2	Necesidades empresariales	21
2.	PLAN ESTRATÉGICO	21
2.0.	DEFINICIÓN DE LA VISIÓN	21
2.1	DEFINICIÓN DE LA MISIÓN	21
2.2.	VALORES CORPORATIVOS.....	22
2.3.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO EXTERNO (ENTORNO REMOTO Y CERCANO)	22
2.3.1.	<i>Análisis Entorno Remoto (Modelo PEST)</i>	22
2.3.2.	<i>Análisis de la industria (Modelo 5 Fuerzas de Porter)</i>	32
2.3.3.	<i>Diamante de Porter</i>	38
2.3.4.	<i>Factores que afectan a la Demanda</i>	43
2.4.	IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	44
2.4.1.	<i>Oportunidades</i>	44
2.4.2.	<i>Amenazas</i>	45
2.5.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTERNO (RECURSOS).....	46
2.5.1.	<i>Cadena de Valor</i>	46
2.5.2.	<i>Identificación de las Fortalezas</i>	49
2.5.3.	<i>Identificación de las Debilidades.</i>	50
2.6.	IDENTIFICACIÓN DE LAS VENTAJAS COMPETITVAS.....	50
2.6.1.	<i>Ventaja competitiva</i>	50
2.7.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, COMPETITIVOS Y DE CRECIMIENTO	54
2.7.1.	<i>Objetivos Estratégicos</i>	54
2.7.2.	<i>Objetivos de Crecimiento</i>	54
2.7.3.	<i>Objetivos Competitivos</i>	54
2.8.	ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO, COMPETITIVA Y ESTRATEGIAS FUENTE DE VENTAJA COMPETITVA	55

2.8.1. Estrategia de crecimiento.....	55
2.8.2. Estrategia Competitiva.....	55
2.8.3. Estrategias fuentes de Ventaja Competitiva.....	56
3. PLAN DE MARKETING	58
3.0. OBJETIVOS PLAN DE MARKETING	58
3.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO (como satisfactor).....	59
3.2. MARKETING ESTRATÉGICO.....	62
3.2.1. Propuesta de Valor de la Empresa.....	62
3.2.2. Segmentación de Mercado	62
3.2.3. Mercado Objetivo.....	67
3.2.4. Posicionamiento	67
3.2.5. Demanda Potencial	69
3.3. MARKETING OPERATIVO	69
3.3.1. Estrategia de Producto.....	69
3.3.2. Estrategia de Comunicación	74
3.3.3. Estrategia de Distribución	76
3.3.4. Estrategia de Precios, Criterios de Fijación de Precios.....	77
3.4. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING	80
4. PLAN DE OPERACIONES.....	83
4.0. OBJETIVOS PLAN DE OPERACIONES	83
4.1 ASPECTOS TÉCNICOS DEL SERVICIO	84
4.1.1 Especificaciones técnicas	84
4.1.1.1 Marca del producto	88
4.1.1.3 Características del envase	89
4.1.1.4 Distribución del servicio y lugar de fabricación.....	89
4.1.1.5 Registros y permisos legales	89
4.2 Certificaciones de calidad.....	89
4.2. DETERMINACIÓN DE LA EMPRESA UBICACIÓN DE LA EMPRESA	91
4.2.1. Proximidad con los clientes	92
4.2.2. Cercanía con los proveedores	92
4.2.3. Acceso de clientes.....	93
4.2.4. Cercanía con organizaciones	94

4.2.5.	<i>Facilidad de acceso a los servicios</i>	95
4.2.6.	<i>Disponibilidad de mano de obra</i>	95
4.2.7.	<i>Marco Legal en la zona escogida</i>	95
4.2.8.	<i>Apoyo fiscal</i>	96
4.2.9.	<i>Localización de los competidores</i>	96
4.2.10.	<i>Factores específicos del lugar</i>	97
4.3.	DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	98
4.3.1	<i>Orden y supervisión</i>	98
4.3.2.	<i>Tiempos de Producción</i>	98
4.3.3.	<i>Circulación</i>	99
4.3.4.	<i>Seguridad e higiene</i>	101
4.3.5.	<i>Flexibilidad</i>	101
4.4.	Distribución Fija de las instalaciones.....	101
4.5.	Proceso de producción del servicio.....	101
4.5.1.	<i>Flujo productivo</i>	104
4.6.	Estándares de calidad.....	105
4.6.1.	<i>Indicador de cumplimiento</i>	105
4.6.2.	<i>Indicadores de evaluación</i>	105
4.6.3.	<i>Indicadores de eficiencia</i>	106
4.6.4.	<i>Indicadores de eficacia</i>	107
4.6.5.	<i>Indicadores de gestión</i>	107
4.7.	PRESUPUESTO DE OPERACIONES.....	107
4.7.1.	<i>Cuantificación de la inversión inicial</i>	108
4.7.2.	<i>Detalle de Costos Fijos Operacionales</i>	118
4.7.3.	<i>Detalle de los Costos Variables Operacionales</i>	118
4.8.	ADMINISTRACION DE INVENTARIOS.....	119
4.8.1.	<i>Inventarios Altos</i>	119
4.8.2.	<i>Tipo de Inventario</i>	119
4.9.	Administración de la cadena de suministro.....	132
4.9.1.	Paquetes de servicio que incluye.....	132
4.9.1.1.	<i>Instalaciones de apoyo</i>	132
4.9.1.2.	<i>Bienes facilitadores</i>	132

4.9.1.3.	<i>Servicios explícitos</i>	133
4.9.1.4.	<i>Servicios implícitos</i>	133
4.9.2.	Gestión de la cadena de suministro (dibujo)	133
4.9.2.1.	<i>Comercio Electrónico</i>	134
4.9.2.2.	<i>Proveedores</i>	134
4.9.2.3.	<i>Clientes</i>	135
4.9.2.4.	<i>Estrategia</i>	136
5.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	137
5.0.	OBJETIVOS PLAN DE ORGANIZACIONAL Y DE PERSONAL	137
5.1.	DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	137
5.2.	ESTRATEGIA DE PERSONAL	138
5.2.1.	<i>Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal</i>	138
5.2.2.	<i>Inducción, Capacitación.</i>	141
5.2.3.	<i>Motivación y Desarrollo del Personal</i>	142
5.2.4.	<i>Políticas de Remuneraciones y Compensaciones</i>	143
5.2.5.	<i>Evaluación del Personal.</i>	143
5.3.	PRESUPUESTO DE RECURSOS HUMANOS	145
6.	ASPECTOS LEGALES	146
6.0.	OBJETIVOS ASPECTOS LEGALES	146
6.1.	ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA.....	146
6.2.	LEYES Y NORMAS	148
6.2.1.	<i>Leyes y Normas Sectoriales, Regionales y Comunes</i>	148
6.2.2.	<i>Leyes y Normas Específicas: Ambientales, Tributarias, Comerciales, Laborales</i>	150
6.3.	PRESUPUESTO DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	153
7.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	154
7.0.	OBJETIVOS PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO	154
7.1.	CONSTRUCCIÓN FLUJOS DE CAJA PROYECTO PURO Y FINACIADO	154
7.2.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	158
7.3.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	158
7.4.	COSTO DE CAPITAL.....	158
7.5.	EVALUACIÓN FINANCIERA	159
7.6.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGO.....	160

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	162
9. BIBLIOGRAFÍA.....	164
10. WEBGRAFÍA.....	165
11. ANEXOS.....	167

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Gasto en I+D ejecutado por empresas en 2016.....	31
Tabla 2: Poder de negociación de los clientes.....	32
Tabla 3: Poder de la negociación de los proveedores	34
Tabla 4: Amenaza de entrada de nuevos competidores	35
Tabla 5: Amenaza de productos sustitutos	36
Tabla 6: Intensidad de la rivalidad de los competidores	37
Tabla 7: Clasificación de las capacidades de la empresa	50
Tabla 8: Ponderación Relativa de fortalezas y Debilidades percibidas	51
Tabla 9: Habitantes Comunas de Santiago según nivel socioeconómico	63
Tabla 10: Habitantes según rango etario de las comunas de Santiago	64
Tabla 11: Niveles Socioeconómicos	65
Tabla 12: % de los niveles socioeconómicos en las comunas de Santiago	66
Tabla 13: Datos demanda potencial	69
Tabla 14: Programas y precios Family Pets Resort.....	77
Tabla 15: Precios servicios extras Family Pets Resort.....	78
Tabla 16: Competidores.	79
Tabla 17: Pronóstico de ventas por habitaciones personas	80
Tabla 18: Pronóstico de ventas por habitaciones para caninos	81
Tabla 19: Pronóstico de ventas por planes diarios personas	81
Tabla 20: Pronóstico de ventas planes diarios caninos	81
Tabla 21: Pronóstico de ventas servicios extras (masajes spa)	82
Tabla 22: Datos competidores	82
Tabla 23: Presupuesto en base a objetivos	83
Tabla 24: Instalaciones del Resort.....	84

Tabla 25: Encuesta de satisfacción.....	105
Tabla 26: Detalle inversión inicial	108
Tabla 27: Equipamiento habitación suite doble + baño suite.	109
Tabla 28: Equipamiento habitación suite doble + 1 cama individual + baño suite.....	110
Tabla 29: Equipamiento suite doble + 2 cama individuales + baño suite.	111
Tabla 30: Equipamiento recepción.....	112
Tabla 31: Equipamiento oficinas compartidas.	112
Tabla 32: Equipamiento oficina Gerente General.	112
Tabla 33: Equipamiento bar, restaurant y cafetería.....	113
Tabla 34: Equipamiento cocina.	113
Tabla 35: Equipamiento lavandería.....	114
Tabla 36: Equipamiento baños del personal.....	114
Tabla 37: Equipamiento baños públicos.....	114
Tabla 38: Equipamiento spa de personas	115
Tabla 39: Equipamiento Kids Zone.....	115
Tabla 40: Equipamiento gimnasio de mascotas.	115
Tabla 41: Equipamiento spa de mascotas.	116
Tabla 42: Equipamiento gimnasio de personas	116
Tabla 43: Equipamiento guardería de mascotas.....	116
Tabla 44: Equipamiento habitaciones perros de raza chica y mediana.	117
Tabla 45: Equipamiento habitaciones perros raza grande.	117
Tabla 46: Equipamiento bodegas.	117
Tabla 47: Equipamiento del jardín	117
Tabla 48: Costos fijos operacionales.....	118
Tabla 49: Costos variables operacionales.....	118

Tabla 50: Control de inventario de equipamiento habitaciones.	120
Tabla 51: Control de inventario de equipamiento recepción.....	120
Tabla 52: Control de inventario de equipamiento oficinas compartidas.	121
Tabla 53: Control de inventario de equipamiento oficina Gerente General.....	121
Tabla 54: Control de inventario de equipamiento restaurant, bar y cafetería.	121
Tabla 55: Control de inventario de equipamiento cocina.....	122
Tabla 56: Control de inventario de equipamiento lavandería	122
Tabla 57: Control de inventario de equipamiento baños personal.	122
Tabla 58: Control de inventario de equipamiento baños públicos.	123
Tabla 59: Control de inventario de equipamiento spa de personas	123
Tabla 60: Control de inventario de equipamiento Kids Zone.	123
Tabla 61: Control de inventario de equipamiento gimnasio de mascotas.	124
Tabla 62: Control de inventario de equipamiento spa de mascotas.	124
Tabla 63: Control de inventario de equipamiento gimnasio de personas.....	124
Tabla 64: Control de inventario de equipamiento guardería de mascotas.....	125
Tabla 65: Control de inventario de equipamiento habitaciones de perro raza pequeña y mediana.....	125
Tabla 66: Control de inventario de equipamiento jardinería.....	125
Tabla 67: Control de Inventario de mantenimiento interno.	126
Tabla 68: Control de Inventarios mantención externa	126
Tabla 69: Control de Inventario insumos para los baños.	127
Tabla 70: Control de inventarios de equipamiento habitaciones perros raza grande	127
Tabla 71: Control de inventarios insumos del spa de personas y mascotas	127
Tabla 72: Control de inventarios insumos del spa de personas y mascotas.	128
Tabla 73: Insumos de cocina, cafetería y bar.	129

Tabla 74: Presupuesto de Recursos Humanos.	145
Tabla 75: Presupuesto de gastos de organización y puesta en marcha.....	153
Tabla 76: Flujo de caja proyecto puro.	156
Tabla 77: Flujo de caja proyecto financiado.	157
Tabla 78: Detalle financiamiento.	158
Tabla 79: CAPM	159
Tabla 80: WACC.....	159
Tabla 81: Resumen escenarios.	161

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Logotipo.....	72
Figura 2: Fachada exterior.....	73
Figura 3: Layout 1er piso	73
Figura 4: Layout 2do piso	74
Figura 5: Distribución directa	76
Figura 6: Tarifas Plan Día Rosa Agustina Resort.	79
Figura 7: Logotipo	88
Figura 8: Fachada exterior.....	89
Figura 9: Localización del Resort	91
Figura 10: Proximidad a empresas de seguridad.....	93
Figura 11: Acceso de clientes desde Santiago	94
Figura 12: Acceso a clientes desde Viña del Mar	94
Figura 13: Layout primer nivel Family Pets Resort.....	99
Figura 14: Layout Segundo nivel Family Pets Resort.....	100
Figura 15: Flujo del proceso de servicio del Resort.....	104

Figura 16: Cadena de suministro de Family Pets Resort.	132
Figura 17: Gestión de la cadena de suministro	133
Figura 18: Cadena de suministro del Restaurant del Family Pets Resort.	133
Figura 19: Cadena de suministro comida de mascotas.	134
Figura 20: Estructura organizacional.	137
Figura 21: Fórmula CAPM.	159

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1: Gasto en I+D como porcentaje del PIB	30
Gráfica 2: Matriz de los Fortalezas	52
Gráfica 3: Matriz de la Debilidades	52
Gráfica 4: Matriz de la Ventaja Competitiva	53
Gráfica 5: Intimidad con el Cliente	62
Gráfica 6: Mapa de posicionamiento	68
Gráfica 7: Porcentaje de ocupabilidad en la quinta región en Enero 2018	97

0. RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad las mascotas son parte fundamental de la familia, lo cual se evidencia en el significativo crecimiento de la industria del cuidado de mascotas, superando a las otras en industria de Fast Moving Consumer Goods en 2013-2018. Solo en 2017 se han facturado US\$808,6 millones y se espera que para el año 2022 tenga un tamaño equivalente a los US\$1265,8 millones, según cifras entregadas por Euromonitor. Los caninos son considerados el mejor amigo del hombre, por lo que incluirlos en las vacaciones no resulta extraño, sin embargo en Chile, no hay lugares adecuados para ellos.

Este plan de negocios ha sido elaborado con la finalidad de brindar al mercado de turismo y esparcimiento una nueva experiencia a la hora de vacacionar con sus mascotas, debido a que no existe un complejo turístico que satisfaga esta creciente demanda de éste mercado. Family Pets Resort, ofrecerá a las familias esta posibilidad, contando con instalaciones en las cuales podrán disfrutar tanto personas, como mascotas. Los caninos que asistan al resort podrán disfrutar de instalaciones exclusivas para ellos, dentro de los que encontramos servicios de spa, gimnasio, guardería, piscina, habitaciones, y personal especializado en el cuidado de mascotas.

ABSTRACT

Nowadays in the society, pets are an essential part of the family. The industry related to pet's care has grown in big proportions, even getting over other industries like "Fast Moving Consumer Goods" in 2013-2018.

In 2017, the pet's care industry has invoiced US\$808,6 millions and it expected according figures presented by Euromonitor that for 2022, the billing would be US\$1265,8 millions. Canines are considered the best friend of men and often are included in the family vacations. However, in Chile, places suitable adapted for pets are not available.

This business plan has been developed with the purpose of giving people and tourism market a new experience in terms of taking vacations with their pets. Currently this market segment has not been satisfied, despite the high demand identified. "Family Pets Resort", will offer to the families the chance for people and pets to enjoy in a comfortable place. The canines that will attend to the Resort, will enjoy an exclusive service related to spa, gym, swimming pool, adapted rooms, and personnel with high experience in pet's care.

INTRODUCCIÓN

Modelo de negocios desarrollado en el presente trabajo, busca verificar si la idea es viable en un horizonte de evaluación de 5 años, algunos de los objetivos planteados son los siguientes:

1. Desarrollar las habilidades interpersonales y competencias tecnológicas del cincuenta por ciento de nuestros colaboradores permanentes una vez al año desde el inicio de las operaciones.
2. Lograr una satisfacción de los huéspedes de a lo menos el noventa por ciento al final del año 2020.
3. Destinar un 0,2% utilidades del año anterior a la renovación de la tecnología en el resort, cada 3 años.
4. Fomentar las acciones de promoción mediante las redes sociales semanalmente para aumentar nuestra participación de mercado en un 3%.
5. Alcanzar una tasa de ocupación del 50% de las habitaciones al final del año 2021.
6. Aumentar en un 25% los ingresos operacionales respecto al año anterior en los primeros 7 años de funcionamiento
8. Reinvertir un 3% de la utilidad en nuevos espacios de esparcimiento, a partir del tercer año de funcionamiento.

Se realizó un análisis de las diferentes áreas de estudio de una empresa, dentro de las que encontramos: Plan estratégico el cual estudia entorno externo e interno de la industria, Plan de Marketing, busca cubrir aspectos estratégicos del proyecto, Plan de Operaciones contendrá la formulación de los objetivos funcionales, diseño, prueba del servicios, entre otros, Plan de Recursos Humanos contempla la gestión organizacional del personal, Aspectos Legales, y finalmente Plan Económico y Financiero considera la creación de proyecciones de flujos de caja, lo que involucra, cálculo de inversión, depreciación, valor recupero entre otros aspectos.

1. PRESENTACIÓN DEL NEGOCIO

1.0.DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DEL NEGOCIO

Family Pets Resort estará localizado en la ciudad de Olmué, específicamente en el Paradero N°41, Sector Cajón Grande, el cual entregará un servicio de hotelería, spa, recreación, esparcimiento, relajación y por sobre todo seguridad y tranquilidad en el que podrán disfrutar familias con sus caninos.

El servicio se llevará a cabo durante todo el año y tendrá como usuario a familias y caninos del sector socioeconómico AB, C1a, C1b y C2 de la Región Metropolitana, los cuales quieran disfrutar de la tranquilidad que la naturaleza ofrece.

El Resort contará con una instalación de 2 niveles, compuesto por áreas verdes, piscina, gimnasio, bar, restaurant, cafetería, spa, multicancha. La construcción dispondrá de 18 habitaciones para personas y 2 habitaciones para perros divididas en cubículos dependiendo del tamaño del canino. El total de la construcción es de 1863,36 mts² y el total incluyendo piscinas, multicancha y estacionamiento es de 2.227 mts², contando también con un total de 5000 mts² de áreas verdes. Se hará siendo responsables con el medio ambiente, contribuyendo a la disminución del consumo eléctrico con la instalación de paneles solares a lo largo de toda la construcción del resort, pudiendo así abarcar todo el consumo eléctrico que éste tenga. Se pretende ser los pioneros en contar con entretenimiento, cuidados y belleza para sus mascotas, ya que ellos podrán disfrutar al igual que las personas.

Existirán 5 modalidades de habitación para personas: habitación suite doble, habitación suite doble más una cama individual con ventana, habitación suite doble más una cama individual sin ventana y por último se contará con habitación suite doble más 2 camas individuales con ventana y habitación suite doble más 2 camas individuales sin ventana y cada una con baño privado. Cada habitación contará con teléfono fijo, T.V, conexión Wifi y con todo el equipamiento necesario para que sea una estadía agradable. Cabe destacar también que en las habitaciones de las personas también se permitirá el hospedaje del perro ya que contará con camas especializadas para las mascotas en las habitaciones. El servicio se diferenciará por la

grata compañía que podrán tener las familias durante toda su estadía en el resort, la cual serán sus mascotas.

1.1 MODELO DE NEGOCIOS

Se utilizó el Método Canvas para definir el modelo de negocios, debido a que este permite analizar de manera integral la empresa que se va a crear. Esto permitirá de tener una base para desarrollar el plan de negocios de Family Pets Resort

Modelo Canvas

Socios claves: Los socios claves serán la municipalidad de Olmué, y agencias de turismo con cobertura nacional que ayudara a cumplir con los objetivos de la organización

Actividades Claves: Alojamiento de huéspedes en el Resort con infraestructura adecuada para caninos y personas puedan disfrutar de sus vacaciones en conjunto.

El Resort va a contar con, spa de personas, spa de mascotas, gimnasio de mascotas, gimnasio de persona, guardería de mascotas, Kids Zone, restaurant, bar, cafetería, lavandería entre otros servicios ofrecidos

Propuesta de Valor: Ofrecer el mejor servicio de alojamiento y entretenimiento diaria pudiendo satisfacer todas las necesidades particulares de los clientes. Los servicios a ofrecer serán únicos para cada cliente dependiendo de las necesidades que tenga el y su mascota.

Relación con los clientes: será de forma personalizada, a través de la aplicación de un marketing directo, y fuertes esfuerzos de marketing a través de redes sociales.

Segmento de Clientes: parejas jóvenes y familias amantes de los perros, específicamente del sector socio económico AB, C1a, C1b, y C2 de la Región Metropolitana.

Recursos claves: Insumo de calidad, Personal altamente capacitado en el cuidado de mascotas y atención al público, infraestructura adecuada para caninos y personas.

Canales: Distribución Directa

Estructura de costos: Costos variables que constan de insumos de alimentación de personas y mascotas, insumos de aseo, servicios básicos, publicidad e insumos para el spa de personas y caninos.

Costos fijos que constan de gastos generales, servicio de seguridad, remuneraciones, gastos de administración y venta.

Fuentes de Ingresos: el alojamiento de los huéspedes, visitas por el día y servicios extras del spa.

1.2 JUSTIFICACION DEL PROYECTO

En el presente las familias, consideran a sus mascotas como uno más de sus integrantes, y para vacacionar en conjunto no existe diversidad de lugares en Chile que ofrezcan servicios con infraestructura adecuada para las mascotas. En muchos hoteles si bien aceptan a las mascotas, pero estos no cuentan con especialistas y equipamiento adecuados para satisfacer las necesidades de los caninos.

1.2.1 Necesidades sociales:

Los animales domésticos tienen un lugar cada vez más importante para las familias, lo cual se traduce en un significativo aumento de este mercado. Esta situación también ha alcanzado al mundo del turismo, que tiene que adaptarse a que hay más gente que quiere viajar o vacacionar con su mascota ya sea su perro o gato.

A pesar de que no todas las mascotas son adecuadas para viajar o vacacionar con ellas, la tendencia global a llevarlas crece cada vez más en especial los perros quienes son considerado el mejor amigo del hombre.

En Europa existen más de 33 mil establecimientos de la industria hotelera. El diario El País, reveló que un tercio de los españoles considera a su animal de compañía más importante que sus amigos o que en 2015 ese país gastó más de mil millones de euros en sus mascotas.

Por otro lado en Estados Unidos, los dueños que llevan a sus mascotas de vacaciones han llegado a un 37 por ciento, de acuerdo a la Asociación Americana de Productos de Mascotas. El

crecimiento se ha notado en sitios como gopetfriendly.com, hootsuite o brigfido.com, los cuales sirven para encontrar restaurantes y hoteles para quienes viajan con mascotas.

Chile es uno de los tres mercados de mascotas más grandes de Latinoamérica, antecedido por Brasil y Argentina, y aquí las cosas también están cambiando y volviéndose más flexibles para recibir a los animales. Incluso, durante 2014 Sernatur lanzó Guau Travel Tips, una guía para quienes viajan con sus perros, a través de la cual se busca promover el hábito de llevar de manera correcta a estos animales de compañía a diferentes lugares.

1.2.2 Necesidades empresariales

Debido a que Chile uno de cada dos hogares tiene una mascota, y la tendencia de llevarlos de vacaciones crece cada vez más, la industria del turismo tiene que impulsar nuevos productos, los cuales no solo permitan la estadía de la mascota sino que también tengan infraestructura adecuada, productos, y personal especializado en cuidado de animales.

Cada vez aumentan más el número de hoteles que aceptan mascotas según Booking.com 3985 hoteles tiene esta cualidad cifra que no es menor y muestra el cambio de la industria.

2. PLAN ESTRATÉGICO

2.0.DEFINICIÓN DE LA VISIÓN

Ser reconocido como el mejor lugar de esparcimiento y recreación para familias amantes de las mascotas, la excelencia y calidad de nuestros servicios será el pilar de nuestras operaciones, mediante programas para el desarrollo de los trabajadores a través de capacitaciones constantes.

De esta forma tenemos un compromiso continuo nuestros valores corporativos los cuales son: Transparencia, confortabilidad, calidad, involucrados con el medio ambiente e innovación.

2.1 DEFINICIÓN DE LA MISIÓN

Nuestra empresa está orientada a entregar servicios de hotelería, spa, recreación, esparcimiento, entre otras actividades, A través de la innovación constante de nuestras operaciones e infraestructura. Ofreciendo excelencia en el servicio a los huéspedes y sus mascotas, excediendo sus expectativas y motivándolos a regresar, es nuestro principal objetivo.

En un lugar sereno rodeado de la naturaleza, como lo es Olmué, creando un ambiente confortable y ameno.

2.2. VALORES CORPORATIVOS

- Transparencia
- Confortabilidad que tendrán las personas y sus caninos
- Calidad del servicio
- Innovación

Para más detalle acerca de la formulación de visión y misión **Véase anexo 1.**

2.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO EXTERNO (ENTORNO REMOTO Y CERCANO)

2.3.1. Análisis Entorno Remoto (Modelo PEST)

Factor Político

Los gobiernos y autoridades fiscalizadoras juegan un rol muy importante en el funcionamiento de una industria o mercado, ya que son estos los encargados de regular o

Desregular el sistema, prohibir o aceptar ciertas prácticas o simplemente actuar como una posible amenaza de la organización.

Chile existe una entidad llamada SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo), quienes son los encargados de promover y difundir el desarrollo del turismo, a través de políticas y programas de Gobierno con el fin de contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país. Este organismo depende del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

En febrero de 2010 fue promulgada y publicada la Ley N° 20.423¹ del Sistema institucional para el desarrollo del turismo.

El decreto 194² es el reglamento de hoteles y establecimientos similares, el cual dicta los siguientes puntos relevantes para el proyecto:

¹ <https://www.sernatur.cl/transparencia/archivos/marco-normativo/marco-norm-aplic/LEY-20423-modificada.pdf>

² <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=169631>

Artículo 1º.- El presente Reglamento establece las condiciones sanitarias mínimas que deben cumplir los diferentes tipos de establecimientos destinados a dar alojamiento a las personas, por el tiempo y en las condiciones que se contrate con el usuario. Los establecimientos con licencia turística deben cumplir además con las condiciones que sobre esta materia se estipulen en el Reglamento de alojamiento turístico D.S. N° 323 y las normas que al efecto dicte SERNATUR.

Este Reglamento se aplicará a Hoteles, Moteles, Apart. Hotel, Hosterías, Residenciales y establecimientos similares, dispongan o no de servicios de alimentación.

Artículo 2º.- Los establecimientos a que se refiere el artículo anterior no podrán funcionar sin autorización sanitaria, otorgada por el Servicio Nacional de Salud.

Artículo 3º.- Toda persona natural o jurídica que desee instalar cualquiera de estos establecimientos, deberá solicitar la autorización sanitaria correspondiente, a la Jefatura del Área Hospitalaria de Salud que tenga jurisdicción sobre el lugar en que él se encuentre.

Para tales efectos, deberá presentar los siguientes documentos:

- a) Solicitud dirigida al Director del Área Hospitalaria, en la cual se indicará el nombre del propietario y del representante legal; nombre del administrador; nombre del establecimiento; ubicación, tipo de establecimiento, servicios que prestará a los usuarios, número de habitaciones, número de salas de baños o de servicios higiénicos y cualquier otra información adicional que permita calificar al establecimiento;
- b) Condición de propietario o de arrendatario del inmueble, y, en este último caso, contrato de arrendamiento;
- c) Plano de ubicación;
- d) Planos del edificio y del establecimiento en particular;
- e) Planos de Agua Potable y Alcantarillado aprobados por el Servicio Nacional de Obras Sanitarias (SENDOS).

El DECRETO SUPREMO 227³, tiene la función de clasificación, calificación y el registro de los establecimientos de alojamiento. A continuación se presentan los principales artículos.

Artículo 1º: Los establecimientos que presten el servicio de alojamiento turístico, serán clasificados, calificados y registrados por el Servicio Nacional de Turismo.

Artículo 2º: Se considerará servicio de alojamiento turístico: el que se preste comercialmente por un período no inferior a una pernoctación, en establecimientos que mantengan como procedimiento permanente, un sistema de registro de ingreso e identificación de los clientes cada vez que éstos utilicen sus instalaciones; permiten el libre acceso y circulación de los huéspedes a los lugares de uso común y estén habilitados para recibir huéspedes en forma individual o colectiva, con fines de recreo, deportivos, de salud, de estudios, de gestiones de negocios, familiares, religiosos, vacacionales u otras manifestaciones turísticas.

Artículo 3º: Los establecimientos que presten el servicio de alojamiento turístico se clasificarán en: 1. Albergue (refugio); 2. Apart-hotel; 3. Hospedaje familiar (alojamiento y desayuno; bed & breakfast); 4. Hostal; 5. Hostería; 6. Hotel; 7. Lodge; 8. Motel; 9. Recinto de campamento (camping), y 10. Resort.

Artículo 4º: se presentan las definiciones de los establecimientos mencionados anteriormente, ya que el proyecto es de un resort solo se va detallar esa definición:

Resort: Establecimiento que, reuniendo las características que definen a un hotel, apart-hotel, motel o combinación de estas modalidades, tiene como propósito principal ofrecer actividades recreativas y de descanso al aire libre y/o en espaciosos recintos interiores asociados a su entorno natural, y que por lo tanto, posee un número significativo de instalaciones, equipamiento, infraestructura y variedad de servicios para facilitar tal fin, dentro o en el entorno inmediato del predio en que se emplaza, el que además es de gran extensión y se ubica preferentemente en ambientes rurales.

³ <https://www.sernatur.cl/transparencia/archivos/marco-normativo/marco-norm-aplic/NORMATIVA-D-S-N-227-REGLAMENTO-CLASIFICACION-HOTEL-MOTEL-Y-APARTHOTEL.pdf>

Conclusión: Chile se preocupa por el fomento del desarrollo turístico en el país a través de políticas y programas de gobierno. Existen leyes que regulan el correcto funcionamiento de los hoteles y similares a los cuales se les exige que se cumpla con las normas sanitarias y de construcción correspondientes, con el fin de salvaguardar a los huéspedes de los diferentes complejos turísticos, por lo cual es una oportunidad de mercado (O).

Factor Económico

Los factores económicos tienen directa relación con las estrategias y posturas que toma una empresa frente a determinada situación. Ya sea al momento de invertir, de vender o de adoptar una estrategia a largo plazo. Dentro de estos factores se pueden distinguir algunos elementos, sacados de la base de datos de Euromonitor en el año 2017:

- Tasa de inflación 2,2%
- PIB \$ 179.776.237
- Tipo de cambio \$648,81
- Tasa de préstamo 5,7%

La economía chilena es una de las de más rápido crecimiento a nivel Latinoamericano, la cual se caracteriza por ser estable y pujante. El país estimula la libre competencia y la apertura comercial, al tiempo que las autoridades cuidan y promueven la disciplina fiscal. El crecimiento de la última década alcanza un promedio cercano al 5% anual (<https://www.thisischile.cl/economia/>). En el presente año, se está experimentando un mayor crecimiento respecto de años anteriores. El PIB real aumentará un 3,6% en 2018 después de un aumento del 1,5% en 2017. (Euromonitor, 2018).

Respecto al consumo privado, en términos reales aumentó en 2,4% en 2017 (Euromonitor, 2018) y se espera un crecimiento del 3,5 para el presente año a medidas que aumenten los ingresos de los hogares y mejore la confianza del consumidor.

En relación al desempleo fue de 6.7% en 2017 y bajará a 6.6% en 2018. (Euromonitor, 2018).

El Cobre es la principal fuente de ingreso chileno, y su economía se depende su precio. Entre 2014 y 2017, el crecimiento se desaceleró por el impacto de la caída de los precios del cobre sobre la inversión privada y las exportaciones, pero volvió a reactivarse en 2018 (banco mundial,

2018). El crecimiento de 4,8% en la primera mitad del año refleja un repunte del consumo y la inversión privada, impulsado por salarios más altos, bajas tasas de interés y mayor confianza empresarial (Banco Mundial, 2018).

Se espera que el crecimiento se recupere gradualmente a medida que mejoren las perspectivas del sector privado, aumenten los precios del cobre y los exportadores se beneficien de las mejoras en la competitividad. La inversión debería aumentar en los próximos años después de cuatro años de contracción. El PIB real crecerá en torno al 3,2% anual en 2020-2025 (Euromonitor, 2018)

Como bien se mencionó, la economía de Chile depende en gran medida del sector minero, que representa el 40% de los ingresos de exportación. Los precios del cobre han aumentado y se espera que la tendencia continúe en 2018 (Euromonitor, 2018).

El turismo en Chile es otro de las principales fuentes de crecimiento económico. En 2005, este sector tuvo un crecimiento de un 13,6 %, generando más de USD 1.500 millones, equivalentes al 1,33 % del PIB nacional. En su promoción turística en el exterior, Chile invirtió un total de USD 6 millones en 2012 (<https://www.thisischile.cl/economia/turismo/>).

Según la OMT, Chile fue el octavo destino para turistas extranjeros dentro de América en 2010, capturando el 1,8 % del total de visitas al continente. Ese año, llegaron al país 2.766.000 turistas que generaron ingresos por USD 1.636 millones. La mayoría de estos visitantes provinieron de países del continente, principalmente de Argentina; sin embargo, el mayor crecimiento en los últimos años ha correspondido al de visitantes de Europa, principalmente de Alemania (<https://www.thisischile.cl/economia/turismo/>).

La economía chilena es una de las más fuertes y consolidadas de Latinoamérica, sus proyecciones para el futuro son las óptimas, se espera que PIB real crezca en torno al 3,2% anual en 2020-2025, lo cual refleja que mediano y largo plazo el país tendrá una estabilidad en el ámbito económico, por lo que se considera que el factor económico es una fortaleza para el desarrollo del proyecto. (O)

Factor Social

En la última década este factor se ha convertido en un agente principal al momento de evaluar el entorno que nos rodea, y con justa razón cuando se tiene en cuenta que la firma se encuentra inmersa en una sociedad a la cual debe considerarse en la toma de decisiones.

El crecimiento económico en Chile, en conjunto con la globalización, han transformado la sociedad chilena, engrosando la clase media y mejorando la expectativas generales de la población.

Actualmente los chilenos tienen una mayor capacidad adquisitiva, esto abarca a toda la población, de hecho, los segmentos más altos han tenido un incremento de su ingreso anual promedio menor al de un hogar de clase media, la clase alta ha crecido en un 2% anual y la clase media ha crecido entre un 2,5% y 3% al año (Adimark, 2018).

En Chile se realizó una nueva segmentación de clases sociales en el país debido a los continuos cambios de la población, las cuales se simbolizan de la siguiente forma: Ab, C1A, C1B, C2, C3, D, E.

El nivel de vida en el país ha mejorado y evolucionado en conjunto la globalización, actualmente la sociedad chilena es más moderna, actualizada, se adapta al cambio y a las nuevas tendencias, como bien se refleja en las siguientes cifras 80% tiene T.V. Cable o Satelital, 35% tiene Netflix, 78% Tiene conexión a internet en su hogar. 88% Participa en Whatsapp, 77% Tiene Smartphone, 82% Participa en Facebook, 55% acostumbra a premiarse de vez en cuando comprándose algo.

Los chilenos cada vez gastan más se pronostica que el gasto total de los consumidores crecerá a una tasa promedio anual del 3.2% en 2018-2030 en términos reales. Aumentará en un valor acumulado de 46.1% durante este período. El gasto total de los consumidores representará el 60,9% del PIB en 2018. (Euromonitor, 2018)

Una realidad presente en Chile es que la población está envejeciendo, la mayoría busca un nuevo estilo de vida, el cual involucra tener hijos a una edad mayor y menor cantidad que en el siglo pasado. La edad media había aumentado a 34,4 años en 2017, 5,5 años más que la cifra de 2000. Las tasas de natalidad de Chile son más bajas comparadas con el promedio regional, las cuales

han estado cayendo desde 1985 y la tendencia a la baja continuará en el futuro previsible. La tasa de fertilidad en 2017 se había reducido a 1,8 nacimientos por mujer, muy por debajo del promedio regional. Sin embargo, la tasa de disminución se desacelerará en el futuro. (Euromonitor, 2018).

Como bien se mencionó, la sociedad chilena está experimentando un rápido proceso de envejecimiento. En 2030, el 16,5% de la población tendrá más de 65 años, frente al 11,1% en 2017. Este cambio demográfico podría reducir pronto la tasa de crecimiento potencial del país. (Euromonitor, 2018).

Un grave problema del país es la gran desigualdad de ingresos que existe, el 1% más rico es a través de los registros tributarios los cuales muestran que el 33% del ingreso que genera la economía chilena (PNUD 2017 Desiguales. Orígenes, cambios y desafíos de la brecha social en Chile. Santiago de Chile, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo).

La desigualdad de ingresos de Chile es la más grave entre todos los estados miembros de la OCDE. El índice de ahorro del país fue de 6.9% del ingreso disponible en 2017 y caerá a 6.8% en 2018. Esto es ligeramente inferior al promedio regional. (Euromonitor, 2018).

A pesar de la desigualdad existente, el nivel de ingreso per cápita en el país a nivel latinoamericano es uno de los mejores. En 2017, el ingreso disponible per cápita ascendió a CLP 6,561 mil (US \$ 10,113). En 2018, el indicador crecerá un 2,7% en términos reales. Durante el período 2018-2030, el ingreso disponible total aumentará en un valor acumulado de 46.4% en términos reales, creciendo a una tasa promedio anual de 3.2% en términos reales.

La sociedad actual ha mostrado una mayor participación y se manifiesta cuando es necesario, hace un tiempo se realizó la Ley denominada “LEY CHOLITO”, debido a la inexistencia de una regulación respecto de los animales, y los chilenos que cada vez están más preocupados con la tenencia responsable de mascotas, el gobierno se vio en la necesidad de legislar dicha ley. El cuidado de mascotas en Chile continúa ganando fuerza y sofisticación. Los nuevos consumidores se sienten atraídos por la riqueza de productos cada vez más disponibles. Como resultado, los propietarios son cada vez más educados y dispuestos a gastar más en sus mascotas. Es probable que esto mejore con la nueva ley de propiedad, que ha creado un renovado interés

en el rescate y la adopción de perros abandonados. La nueva ley incluye la creación de un registro nacional de perros y gatos domésticos. (Euromonitor)

Según el estudio Chile 3D 2014 un 65.3% de los chilenos tiene alguna mascota. Un 54,8% de los encuestados declara tener perro, un 20,9% declara tener gato y un 2,8% declara tener algún otro tipo de mascota.

El factor social es una oportunidad para el proyecto a realizar, debido a que la sociedad chilena cada vez es más responsable con el cuidado de mascotas y busca mejorar la calidad de vida de estos (O).

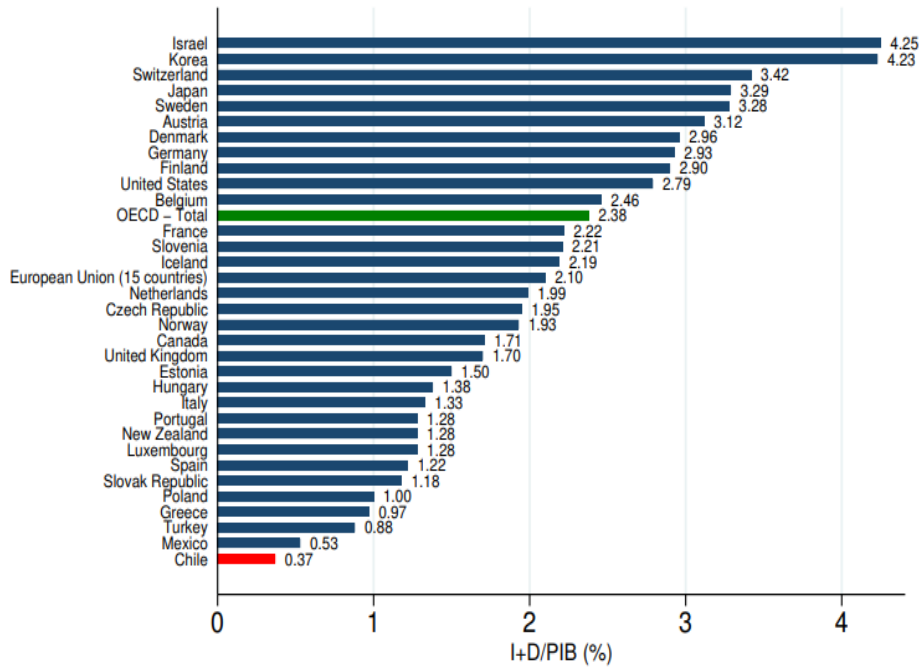
Factor Tecnológico

En un entorno en que los descubrimientos tecnológicos avanzan a pasos agigantados y una industria que depende en gran parte de estos, no puede dejar de lado el trabajo de identificar las principales características de este elemento.

El desarrollo tecnológico va de la mano con la globalización, Chile en los últimos años se ha preocupado de incentivar la innovación en tecnología, pero aún no es suficiente comparando la inversión que realizan los países de OCDE⁴, El gasto en I+D del año 2016 fue de 613.475 millones de pesos corrientes, lo cual equivale a un 0.37 % del PIB. Este dato continúa históricamente siendo inferior al promedio de la OCDE (2.38 %). (VI Encuesta Nacional sobre Gasto y Personal en I+D, Ministerio de Economía).

⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Gráfica N°1: Gasto en I+D como porcentaje del PIB



Fuente: Ministerio de Economía 2016

Como bien podemos apreciar en la gráfica N°1, Chile está el última posición en materia gasto en innovación y desarrollo tecnológico respecto al PIB, lo cual es preocupante, debido a que si se quiere dejar de ser un país en vías de desarrollo, para finalmente ser considerado como desarrollado, el gobierno tiene que comenzar a preocuparse en invertir en esta materia.

Tabla 1: Gasto en I+D ejecutado por empresas en 2016

	Actividad Económica (CIIU rev. 4)	Gasto I+D (\$MM)	%
A	Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	6,079	2.6 %
A01	Agricultura, Ganadería, Caza y act. de servicios conexas	22,763	9.6 %
B	Explotación de Minas y Canteras	36,816	15.6 %
C	Manufactura	36,626	15.5 %
C10	Elaboración de Productos Alimenticios	16,586	7.0 %
C20	Fabricación de sustancias y productos químicos	17,440	7.4 %
D	Suministro de Electricidad, gas vapor y aire acondicionado	916	0.4 %
E	Distribución de Agua	542	0.2 %
F	Construcción	1,314	0.6 %
G	Comercio al por mayor y al por menor , reparación de vehículos	663	0.3 %
G46	Comercio al por mayor	20,559	8.7 %
H	Transporte y almacenamiento	1,466	0.6 %
I	Alojamiento y servicios de comida	62	0.0 %
J	Información y comunicaciones	1,517	0.6 %
J62	Desarrollo de sistemas informáticos	11,357	4.8 %
K	Actividades financieras y de seguros	9,837	4.2 %
L	Actividades inmobiliarias	169	0.1 %
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	1,913	0.8 %
M70	Actividades de oficina principales y de consultoría de gestión	2,471	1.0 %
M71	Actividades de arquitectura e ingeniería	11,797	5.0 %
M72	Investigación científica y desarrollo	29,315	12.4 %
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2,381	1.0 %
O	Administración pública y defensa	688	0.3 %
P85	Enseñanza	0	0.0 %
Q	Salud humana y asistencia social	2,636	1.1 %
Q86	Salud humana	0	0 %
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	330	0.1 %
S	Otras actividades de servicios	0	0 %
	Total	236,243	100 %

Fuente: Ministerio de economía, 2016.

La actividad económica que más ha crecido a nivel nacional es el desarrollo en innovación y tecnología específicamente en la Región de Valparaíso y Metropolitana como bien se puede identificar en la tabla N°1. Si bien al comparar Chile con los países de la OCDE se encuentra en una posición desfavorable, a nivel latinoamericano, es pionero, según el informe elaborado por el Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Navarra, Chile es líder en materia de desarrollo tecnológico en América Latina, seguido de Argentina, Perú, Brasil, México y Colombia. Chile, cuenta con un sin fin de conexiones entre sus regiones, ya que por su geografía se vio la necesidad de tener modernas carreteras que permiten un mejor conexión a nivel nacional, el sistema de transporte público subterráneo, el cual ha mejorado en los últimos

años, tenemos el ejemplo del metro de Valparaíso que une los lugares más apartados de quinta región con Viña del Mar y Valparaíso en menos de una hora. En cuanto a La Capital, en los siguientes años se tendrán buses eléctricos lo cual va a ser un gran avance tecnológico para el país y ayudará a disminuir los niveles de contaminación de los actuales buses del sistema público de transporte, finalmente en el Norte de Chile, se han desarrollado enormes plantas de energía eólica y solar, lo cual hace al país posicionarse como pionero en desarrollo de energías limpias a nivel latinoamericano.

El factor tecnológico a pesar de no ser relevante para el desarrollo del proyecto, es considerado una amenaza, debido a que podría llegar un posible competidor extranjero que tengan grandes avances tecnológicos en cuanto al cuidado de mascotas, y como en Chile no se invierte lo necesario en I+D, no se va a tener las capacidades necesarias para enfrentar a dicho competidor (A)

2.3.2. Análisis de la industria (Modelo 5 Fuerzas de Porter)

A continuación, se procederá a determinar el atractivo del sector industrial de alojamiento en establecimientos turísticos de principalmente la Región de Valparaíso, principalmente en la Comuna de Olmué, a partir del modelo de las cinco fuerzas de Porter. Para poder responder a cada dimensión o fuerza, se utilizará la metodología propuesta por Castro, López, Mercado y Trujillo (2012).

Tabla 2: Poder de negociación de los clientes

Nº	Elemento	Sí (+)	No (-)	Tendencia	Observaciones
1	¿Tiene suficientes consumidores de tal forma que, si pierde uno, esto no es crítico para su éxito?			Aumenta	Crece la demanda de tenencia y gasto en mascotas. Crece la demanda en pernoctación de turistas.

2	¿Su producto representa un pequeño gasto para sus clientes?			Aumenta	Crecimiento de los precios de pernoctación en establecimientos turísticos.
3	¿Están los clientes desinformados acerca de sus productos y el mercado?			Aumenta	Existe mercado para nuestros consumidores por separado pero no en conjunto
4	¿Es su producto único?			Se mantiene	
5	¿Sería difícil para los compradores integrarse hacia atrás en la cadena de suministro, adquirir a un competidor y proporcionar los productos que ofrecen, y competir directamente con usted?			Se mantiene	Servicio único en Chile
6	¿Es difícil para sus clientes cambiar su producto a los productos de sus competidores?				No existen competidores directos

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla se desprenden 5 respuestas afirmativas de un total de 6. Por lo tanto, el resultado de esta dimensión (fuerza) se calculará como $(5/6) \times 10 = 8,33$, siendo el poder de negociación de los clientes favorable.

En cuanto al poder de negociación de los clientes, existe una demanda creciente de posibles consumidores, y además el servicio a ofrecer sería único en Chile. **(O)**

Tabla 3: Poder de negociación de los proveedores

N°	Elemento	Sí (+)	No (-)	Tendencia	Observaciones
1	¿Hay un gran número de potenciales proveedores?			Se mantiene	De servicios e insumos, con excepción de los servicios básicos.
2	¿Son los productos que usted necesita comprar para su negocio común?			Se mantiene	Todo el equipamiento e insumo del Resort, a excepción del equipamiento para las mascotas.
3	¿Las compras de materias primas e insumos que realiza les representan a sus proveedores una gran parte de las ventas de sus negocios?			Se mantiene	Diversidad de proveedores
4	¿Sería difícil para sus proveedores entrar en su negocio, vender directamente a sus clientes y convertirse en su competidor directo?			Se mantiene	Altos costos de inversión
5	¿Se puede cambiar fácilmente a productos sustitutos de otros proveedores?			Se mantiene	Los productos requeridos desde proveedores son comunes, por ejemplo, alimentación.

6	¿Está usted bien informado acerca de sus proveedores, productos y mercado?				Cada vez mayor accesibilidad a la información de la industria.
----------	----------------------------------------------------------------------------	--	--	--	----------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla se desprenden 5 respuestas afirmativas de un total de 6. Por lo tanto, el resultado de esta dimensión (fuerza) se calculará como $(5/6) \times 10 = 8,33$, siendo el poder de negociación de los proveedores favorable o de atractivo alto.

En cuanto al poder de negociación de los proveedores, existe un gran número de potenciales proveedores de fácil acceso. **(O)**

Tabla 4: Amenaza de entrada de nuevos competidores

Nº	Elemento	Sí (+)	No (-)	Tendencia	Observaciones
1	¿Hay altos costos iniciales para su negocio?			Aumenta	Negocio de gran magnitud y gran inversión
2	¿Son los activos necesarios para operar su negocio único?			Se mantiene	Ya que se trata de un servicio
3	¿Existe un procedimiento o proceso crítico o fundamental para su negocio?			Se mantiene	
4	¿Un nuevo competidor tendría dificultades para adquirir u obtener los insumos necesarios?			Se mantiene	Insumos comunes de fácil acceso

5	¿Un nuevo competidor tendría alguna dificultad para obtener clientes?			Se mantiene	Aumento del número de familias con mascotas que desean salir de vacaciones con ellos.
6	¿Sería difícil para un nuevo entrante tener recursos suficientes para competir de manera eficiente?			Se mantiene	Altos recursos

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla se desprenden 3 respuestas afirmativas de un total de 6. Por lo tanto, el resultado de esta dimensión (fuerza) se calculará como $(3/6) \times 10 = 5$, siendo la amenaza de entrada de nuevos competidores moderada.

En cuanto a la amenaza de entrada de nuevos competidores, se requieren altos costos iniciales para el negocio. (O)

Tabla 5: Amenaza de productos sustitutos

Nº	Elemento	Sí (+)	No (-)	Tendencia	Observaciones
1	¿Su producto se compara favorablemente con posibles sustitutos?			Se mantiene	No existe competencia con igual ventaja competitiva.
2	¿Es costoso para sus clientes cambiar a otro producto?			Se mantiene	Es más económico el hospedaje para perros.
3	¿Son los clientes fieles a los productos existentes?			Se mantiene	Diferenciación por la ventaja competitiva ofrecida.

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla se desprenden 1 respuestas afirmativas de un total de 3. Por lo tanto, el resultado de esta dimensión (fuerza) se calculará como $(1/3) \times 10 = 3,33$, siendo la amenaza de productos sustitutos desfavorable.

En cuanto a la amenaza de productos sustitutos, no existe otro servicio con igual ventaja competitiva pero los sustitutos existentes son más económicos. (A)

Tabla 6: Intensidad de la rivalidad de los competidores

N°	Elemento	Sí (+)	No (-)	Tendencia	Observaciones
1	¿Hay un pequeño número de competidores?			Se mantiene	Ninguno con igual ventaja competitiva.
2	¿Hay un claro líder en su mercado?			Se mantiene	
3	¿Está su mercado en crecimiento?			Aumenta	
4	¿Tiene bajos costos fijos?			Se mantiene	
5	¿Están sus competidores persiguiendo un bajo crecimiento como estrategia?			Se mantiene	
6	¿Es su producto único?			Se mantiene	
7	¿Es fácil para los competidores abandonar sus productos?			Se mantiene	
8	¿Es difícil para los clientes cambiar entre su producto y el de sus competidores?			Se mantiene	

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla se desprenden 3 respuestas afirmativas de un total de 8. Por lo tanto, el resultado de esta dimensión (fuerza) se calculará como $(3/8) \times 10 = 3,75$, siendo la intensidad de la rivalidad de los competidores moderada.

En cuanto a la rivalidad de los competidores, no existe ninguno con igual ventaja competitiva por lo que no existe un líder en el mercado; siendo el servicio a ofrecer único. (O)

2.3.3. Diamante de Porter

Condiciones de los factores

El contacto directo que tienen los turistas, tanto nacionales como extranjeros, con los distintos cargos dentro del sector turístico, es lo que contribuye a definir su percepción, como visitantes, de la experiencia en el lugar-destino del viaje. Es por ello que el sector turístico nacional requiere de recursos humanos calificados para poder desarrollar sus funciones asociadas a la prestación de servicios en esta industria global. Los usuarios de los servicios turísticos están viajando cada vez más informados y familiarizados a las nuevas tecnologías y exigirán que la calidad de los servicios sea acorde a sus necesidades y gustos. De esto trasciende la necesidad de capacitar y perfeccionar el recurso humano en turismo con una perspectiva que se vaya moldeando o actualizando a medida que avanzan los requerimientos y las expectativas de los visitantes. Por ello, es un hecho que se necesita de personal altamente calificado y para esto se deben identificar periódicamente las sinergias de diversos factores, como el análisis de brechas existentes entre la oferta y la demanda, sin descuidar lo que se enseña y/o capacita en materia del turismo, versus lo que el empresario demanda para que un producto o servicio sea de calidad para satisfacer al turista.

Chile presenta condiciones apropiadas para el desarrollo del turismo de naturaleza, pero son pocos los lugares adaptados para su adecuado desarrollo. Entre ellos destaca el Parque Nacional Torres del Paine e Isla de Pascua (Patrimonio Mundial de la Humanidad), áreas que reciben anualmente una gran cantidad de turistas. Para acrecentar este tipo de turismo, el país necesita corregir ciertas deficiencias, como por ejemplo impulsar el turismo alternativo en países de

mayores ingresos, que los servicios turísticos chilenos sean diversificados y promovidos en los mercados extranjeros y, por último, que exista una mayor coordinación entre las actividades.

El rol de la infraestructura es clave en la competitividad del país, pues facilita el acceso a los territorios y su habilitación, lo que da soporte a la realización de diversas actividades económicas y productivas, entre ellas el desarrollo de un turismo sustentable.

En los últimos años, el turismo ha tenido un crecimiento sostenido, con cifras históricas en la llegada de turistas internacionales y el ingreso de divisas, y con un aumento considerable en los viajes de los chilenos por el país los cuales mayoritariamente transitan a través de carreteras. El incremento del turismo genera muchos beneficios, pero también un desafío a los territorios que deben acoger una demanda creciente por bienes y servicios que caracterizan esta actividad y brindar una infraestructura pública acorde con su desarrollo y crecimiento.

En cuanto a las condiciones de los factores a nivel país se está requiriendo mano de obra calificada y los usuarios de los servicios turísticos están viajando cada vez más informados y familiarizados a las nuevas tecnologías y exigirán que la calidad de los servicios sea acorde a sus necesidades y gustos. En cuanto a infraestructura se tiene fácil acceso a los territorios lo que permite la realización de actividades económicas y productivas. (O)

Condiciones de la demanda

Desde la década del '90 Chile ha experimentado un aumento importante en su actividad turística, lo cual lo ha llevado a posicionarse desde el año 2004 en adelante como el tercer destino más visitado en Sudamérica. No obstante, el turismo continúa siendo un sector emergente en el país.

Ciertamente, gran parte del desarrollo turístico experimentado hasta hoy se explica por la estrategia de desarrollo del país durante los últimos quince años, el cual se ha caracterizado por la apertura comercial de éste y por su profunda inserción en los mercados internacionales. Dicho proceso, ha potenciado el crecimiento del país en su conjunto y ha tenido un impacto particularmente significativo en los sectores exportadores, incluido el sector turismo.

Sin embargo, las posibilidades de desarrollo del sector por ésta vía se están agotando. La sola apertura comercial no genera valor agregado y por lo tanto, no es suficiente para dar un salto cuantitativo ni cualitativo en el desarrollo del sector, más aún en el contexto global en el que

cada vez son más demandados productos y servicios sofisticados y exclusivos, y dónde el turismo no es la excepción.

En las últimas décadas, la demanda por turismo a nivel mundial ha crecido explosivamente y se espera que dicha tendencia permanezca, particularmente asociada a nuevos productos turísticos como es el turismo de intereses especiales. Cada vez más los turistas buscan encontrarse con la naturaleza lejos de toda civilización, que es justamente dónde Chile tiene mucho que ofrecer.

Aprovechar ésta oportunidad, puede convertir al turismo en un motor de desarrollo para el país en su conjunto, debido a los efectos multiplicadores y a los encadenamientos productivos que surgen de la propia naturaleza del sector, en beneficio directo de nuestras PYMES.

El turismo es una actividad capaz de generar nuevas oportunidades laborales y contribuir a una mejor distribución geográfica de la riqueza debido a sus potenciales efectos en la descentralización y desarrollo territorial. Además, la consolidación de Chile como país turístico puede contribuir a reforzar la marca país, generando efectos positivos para otras actividades económicas.

En éste contexto, es que se ha generalizado el consenso en cuanto a la necesidad de impulsar una política pública integral capaz de mitigar o reducir las fallas de mercado que impiden que la industria del turismo se desarrolle por sí sola. En ésta línea, dentro de las políticas que impulsa el gobierno destacan:

- Proyecto de Ley de Turismo
- Programa de Fomento al Turismo (préstamo BID)
- Clúster de Turismo

En conclusión la consolidación que Chile ha tenido como país turístico contribuye a la marca del país lo que genera efectos positivos para la economía turística.

Sectores conexos y de apoyo

- La Misión del Ministerio de Economía es promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de la economía del país a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país y sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico del país, tanto públicas y privadas, nacionales y extranjera
- Subsecretaría de Turismo, como órgano de colaboración inmediata del Presidente del Comité de Ministros del Turismo, y por delegación de funciones del Ministro de Economía, Fomento y Turismo, velar por la coordinación en materia turística entre los ministerios, organismos y servicios.
- Servicio Nacional de Turismo (Sernatur)

El Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) es el organismo público a través del cual el gobierno chileno propone la Estrategia de Desarrollo para el Turismo. En este marco, define y ejecuta su plan de acción.

- Servicio Nacional del Consumidor (Sernac)

El Sernac es un servicio público autónomo, descentralizado y desconcentrado regionalmente, que tiene como rol fundamental informar, educar, orientar y proteger a los consumidores.

- Corporación de Fomento de la Producción (Corfo)

Creada en 1939, la Corfo es el organismo encargado de impulsar la actividad productiva nacional. Promueve el desarrollo económico de Chile, a través del fomento de la competitividad y la inversión, contribuyendo a generar más y mejores empleos e igualdad de oportunidades para la modernización productiva

Ámbitos vinculados al turismo:

- Medio ambiente: Chile es el mejor destino de turismo de aventura de Sudamérica y esto se tiene que explotar de una forma sostenible y respetuosa que sirva para mantener ese valor de forma indefinida
- Infraestructura: Los destinos prioritarios son de naturaleza y las infraestructuras son básicas como parte de la experiencia del turista, aunque deben estar integradas al entorno
- Transporte: Es fundamental para el turismo tener una política eficiente de transporte que favorezca la movilidad eficiente tanto nacional como internacional por todas las vías pero principalmente aérea
- Educación: El turismo se basa en las experiencias pero también en el servicio al turista, que es cada vez más exigente y más informado. Un servicio excelente a un turista de primer nivel solo se consigue con la formación adecuada y una parte de las políticas formativas deben ir a cubrir las necesidades de esta industria

En cuanto a los sectores conexos y de apoyo se cuenta con entidades que regulan el funcionamiento de los establecimientos y actividades turísticas logrando un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país.(O)

Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa

Las grandes empresas se insertan con facilidad en los territorios en los que las condiciones de libre competencia prevalecen, existe una cultura emprendedora y la regulación de la economía facilita el funcionamiento del mercado. Las políticas de desarrollo local ayudan al mercado a funcionar, es decir, facilitan el modo con que las empresas se crean, organizan, gestionan y compiten a escala internacional.

Los destinos turísticos son competitivos frente a otros destinos por factores tales como imagen del destino, calidad de la oferta de los diferentes productos o servicios, consideración de experiencias únicas que se puedan adquirir en el destino, posicionamiento regional o internacional, dependiendo del nivel del destino, capacidad de carga, capacidad de atender a

nichos de turismo por diversidad y biodiversidad que ofrezca la región o el país, infraestructura general, formación y capacitación del capital humano para lograr estándares de calidad, plataforma tecnológica, flexibilidad en cuanto a las oscilaciones de la demanda, diferentes motivaciones y expectativas de los turistas y la organización de la oferta, entre otros. Cabe señalar que un destino no puede ser competitivo sino cuenta con prestadores de servicios capaces de ser competitivos por sí solos, lo cual se logra mediante los esfuerzos internos de la organización para realizar tareas de calidad en cada una de sus operaciones.

En cuanto a la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, el turismo en el país es muy competitivo por factores como la imagen, calidad, experiencias únicas, posicionamiento por lo que se debe contar con estándares de calidad, plataforma tecnológica. (A)

2.3.4. Factores que afectan a la Demanda

Los factores que determinantes en la demanda son los gustos y preferencias, ingreso del consumidor, tamaño de la población y precios sustitutos.

Gustos y preferencias: Es uno de los factores de la demanda que afecta y se refiere a la decisión de cada persona sobre el servicio al que va a recurrir. Hoy en día el cuidado de mascotas y tardes de esparcimiento para estás han aumentado de forma exponencial “La industria de “Pet Care” en Chile, al 2017 ha facturado US\$ 808,6 millones y se espera que para el año 2022 tenga un tamaño equivalente a los US\$ 1265,8 millones. (Euromonitor, 2018)”

Cabe destacar que “El cuidado de mascotas en Chile continúa ganando fuerza y sofisticación. Los nuevos consumidores se sienten atraídos por la riqueza de productos cada vez más disponibles. Como resultado, los propietarios son cada vez más educados y dispuestos a gastar más en sus mascotas. Es probable que esto mejore con la nueva ley de propiedad, que ha creado un renovado interés en el rescate y la adopción de perros abandonados. La nueva ley incluye la creación de un registro nacional de perros y gatos domésticos. (Euromonitor, 2018)”.

Tamaño de la población: En lo que respecta a la población el resort Family Pets se enfocará en familia AB, C1a, C1b y C2 de Chile. Es necesario señalar que la población que se abordará serán los hogares con perros los cuales son 41.563 (Euromonitor, 2018).

Ingreso del consumidor: En lo referente a este punto, los ingresos en Chile han aumentado en los últimos años. Los posibles clientes estarán enfocados en familias AB, su ingreso promedio será de \$6.452.000, el C1a tienen un ingreso mensual de \$2.739.000, C1b tiene un ingreso de \$1.986.000 y C2 tiene un ingreso de \$1.360.000.

Precios sustitutos: Los sustitutos que existen dentro del rubro son los hoteles que acepten mascotas al alojarse, pero éstos no cuentan con las instalaciones que cuenta Family Resort para sus mascotas y para sus dueños. Los valores de los hoteles sustitutos varían entre \$30.000 por persona y las mascotas por \$12.000 los que incluyen solo el hospedaje de ambas.

Dentro de los factores de la demanda se pudo identificar que existe una demanda creciente en los gustos y preferencias de los consumidores en lo que respecta al cuidado y esparcimiento de las mascotas en Chile. El tamaño de mercado que se abordará está en crecimiento al igual que el ingreso del consumidor ya que se espera que el PIB en Chile siga en aumento.

2.4. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

2.4.1. Oportunidades

- Chile se preocupa por el fomento del desarrollo turístico en el país a través de políticas y programas de gobierno.
- El factor económico es una oportunidad debido a que la economía chilena es una de las más fuertes y consolidadas de Latinoamérica, sus proyecciones para el futuro son las óptimas, por lo que el país tendrá una estabilidad económica en el largo plazo.
- El factor social es una oportunidad para el proyecto a realizar, debido a que la sociedad chilena cada vez es más responsable con el cuidado de mascotas y busca mejorar la calidad de vida de éstos.
- En cuanto al poder de negociación de los clientes, existe una demanda creciente de posibles consumidores, y además el servicio a ofrecer sería único en Chile.
- En cuanto al poder de negociación de los proveedores, existe un gran número de potenciales proveedores de fácil acceso.
- En cuanto a la amenaza de entrada de nuevos competidores, se requieren altos costos iniciales para el negocio.

- En cuanto a la rivalidad de los competidores, no existe ninguno con igual ventaja competitiva por lo que no existe un líder en el mercado; siendo el servicio a ofrecer único.
- En cuanto a los gustos y preferencias de los consumidores existe una demanda creciente en lo que respecta al cuidado y esparcimiento de las mascotas en Chile.
- El tamaño de mercado que se abordará está en crecimiento al igual que el ingreso del consumidor ya que se espera que el PIB en Chile siga en aumento.
- En cuanto a las condiciones de los factores a nivel país se está requiriendo mano de obra calificada y los usuarios de los servicios turísticos están viajando cada vez más informados y familiarizados a las nuevas tecnologías y exigirán que la calidad de los servicios sea acorde a sus necesidades y gustos. En cuanto a infraestructura se tiene fácil acceso a los territorios lo que permite la realización de actividades económicas y productivas.
- En conclusión la consolidación que Chile ha tenido como país turístico contribuye a la marca del país lo que genera efectos positivos para la economía turística.
- En cuanto a los sectores conexos y de apoyo se cuenta con entidades que regulan el funcionamiento de los establecimientos y actividades turísticas logrando un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país.

2.4.2. Amenazas

- El factor tecnológico a pesar de no ser relevante para el desarrollo del proyecto, es considerado una amenaza, debido a que podría llegar un posible competidor extranjero que tengan grandes avances tecnológicos en cuanto al cuidado de mascotas.
- En cuanto a la amenaza de productos sustitutos, no existe otro servicio con igual ventaja competitiva pero los sustitutos existentes son más económicos.
- En cuanto a la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, el turismo en el país es muy competitivo por factores como la imagen, calidad, experiencias únicas, posicionamiento por lo que se debe contar con estándares de calidad, plataforma tecnológica, entre otros.

2.5. ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTERNO (RECURSOS)

2.5.1. Cadena de Valor

La cadena de valor propuesta por Michel Porter contiene los siguientes eslabones de valor que serán parte de la organización, en donde las actividades primarias son: Logística Interna, Operaciones, Logística Externa, Servicio de Postventa, Marketing y Ventas, mientras que las de apoyo corresponden a: Infraestructura de la Empresa, Gestión de Recursos Humanos, Desarrollo de Tecnología y Adquisiciones.

Actividades primarias

- **Logística interna**

Planificación de las habitaciones disponibles, almacenamiento, manejo y control del inventario. Check in e ingreso de los huéspedes del resort.

- **Operaciones**

Prestación de todos los servicios del Family Pets Resort, el cual cuenta con instalaciones adaptadas para personas y sus caninos. Los servicios ofrecidos son los siguientes: piscinas, Spa, habitaciones, guardería de mascotas, Kids zone, cancha multiuso, gimnasios, restaurante, cafetería, bar y múltiples áreas verdes.

El mantenimiento de las instalaciones, equipos y muebles estará a cargo de la administración del resort. Por otro lado, el control de calidad se realizará a partir de un huésped incógnito que participará en las actividades ofrecidas por el resort, en un periodo breve.

Al inicio de sus operaciones, el resort no contará con certificados de calidad en sus operaciones ni tampoco con un gran número de alianzas estratégicas con actores claves, debido a que estos se pretenden formalizar, en su mayoría, durante el primer año de actividades.

Una de las funciones de operaciones estipula los procesos de atención a los clientes y sus caninos, en todas las áreas del negocio. El Resort y sus colaboradores se preocuparán de satisfacer todas las necesidades de los huéspedes mientras dure su estadía, hasta el momento de su check out.

- **Logística externa**

Check out, cuándo el cliente se retira del resort y se solicita que llene un formulario a través del correo para evaluar la satisfacción de los huéspedes.

- **Marketing y ventas**

Los canales de comunicación del servicio serán: página web propia, redes sociales (Facebook, Instagram), y pantallas led en Santiago.

Los tipos de relaciones públicas a utilizar serán realizar convenios con agencias de turismo y cajas de compensación y ser patrocinador de causas solidarias dentro de la comuna de Olmué. El marketing directo se aplicará de la siguiente forma: bienvenida personalizada, y encuestas de satisfacción enviadas vía correo electrónico.

Por otra parte, los criterios para la fijación de precios van a ser a través de la competencia. La política crediticia y plazos de pago consideran, que la estancia del huésped y su mascota debe ser cancelada al momento de la llegada al resort y debe dejar un cheque o efectivo en garantía por posibles daños sufridos al inmueble, en caso de que al momento de retirarse no haya realizado ningún desperfecto en las instalaciones, dicha garantía será entregada en su totalidad. Los métodos de pago que se van aceptar serán: efectivo, transferencia bancaria, sistema Transbank (incluye tarjeta de crédito y débito).

Al momento de instalar un nuevo Resort se debe considerar que éste estará carente de una imagen, trayectoria, reputación o posicionamiento en relación a sus competidores directos e indirectos en el corto plazo, situación que espera corregirse al final del primer año de operaciones.

- **Servicio post venta**

Se realizará diariamente limpieza y orden en las habitaciones de los huéspedes tanto de las personas como de los caninos y en todos los espacios de uso común, se ofrecerán los servicios del restaurante, cafetería, y bar según sean las necesidades de los huéspedes. Asimismo, se hará seguimiento de las sugerencias y reclamos de los huéspedes con el propósito de entregar soluciones tan pronto como sea posible.

De igual forma se realizarán sorteos entre los huéspedes, los ganadores obtendrán sesiones de masajes en el spa sin costo adicional a su estancia.

Actividades de soporte

- **Infraestructura de la empresa**

Para la dirección estratégica de la organización se contará con un Gerente General, quien será un Ingeniero Comercial o un profesional afín al área de los negocios. Su formación y experiencia profesional permitirán tener un amplio control sobre las actividades del negocio, así como de la administración financiera.

La estructura formal de la organización será de forma jerárquica descendente, las operaciones del negocio se desarrollarán en el marco de la transparencia, se buscará la confortabilidad para las mascotas y personas, una excelente calidad del servicio y por último la innovación constante en las operaciones, con la finalidad de desarrollar una fuerte cultura organizacional.

- **Gestión de Recursos Humanos**

A los colaboradores del resort se les va a inculcar una cultura centrada en la persona, elemento considerado como eje principal de la organización y diseñado para servir a los huéspedes y sus mascotas. Cada trabajador deberá estar siempre dispuesto a satisfacer las necesidades de cada cliente, manteniendo una cercanía amable y respetuosa. La finalidad de implementar una cultura como ésta será hacer sentir a los trabajadores en un clima laboral cómodo, acogedor y de colaboración.

El proceso de selección de personal de la organización consistirá en escoger a los candidatos más idóneos para las necesidades de los puestos de la organización, en donde se realizará un filtro a través del portal vía internet, recopilando información acerca de los cargos y se aplicarán técnicas de selección para reunir información acerca de los candidatos, posteriormente se realizará una entrevista de selección a cargo del equipo gestor del proyecto. Y finalmente se realizarán pruebas de conocimiento o de capacidades empleadas, también la prueba psicológica estará a cargo del Psicólogo externo del resort en un principio y luego ese proceso estará a cargo del Jefe de RRHH.

El proceso de evaluación del desempeño estará a cargo del Gerente General y se utilizará la estrategia de evaluación por resultados para obtener información y analizar el cumplimiento de las propuestas para cada uno de los objetivos específicos del programa para así poder retroalimentar a los examinados. Complementariamente, se utilizará el índice de ausentismo de

los trabajadores. El personal mejor evaluado será elegido como el colaborador del año y, ante la comunidad, se expondrán sus logros.

Se crearán programas de capacitación en el manejo de las tecnologías, uso de intranet y primeros auxilios para agregar valor a la formación de las personas, a la organización, y a los clientes. Se proporcionarán los medios que ayuden a incrementar el desarrollo personal de los colaboradores mediante capacitaciones, creación de equipos de trabajo y la vinculación de la evaluación de desempeño como mecanismo para entregar recompensas y así mejorar la motivación y satisfacción del personal.

- **Desarrollo de Tecnología**

La presencia en internet mediante una página web propia y la utilización de redes sociales específicamente Facebook e Instagram, permitirá a la organización desarrollar gran parte de sus actividades de marketing. También se realizará la implementación del intranet será clave para la gestión interna del negocio: gestión financiera, gestión de recursos humanos, vinculación con los huéspedes y entre ellos, perfil virtual de los colaboradores y huéspedes, oferta actualizada de los servicios de los socios clave, entre otros.

En relación a la renovación de activos fijos, éstos serán reemplazados en la cantidad de años que se deprecian contablemente, según lo que estipula el Servicios de Impuestos Internos, para facilitar su cálculo e integración a los flujos de caja. Sin embargo, el reemplazo de éstos será evaluado al comienzo de cada año luego de su depreciación total.

- **Adquisiciones**

Los insumos necesarios para la operación son los de limpieza, artículos de oficina, artículos de jardinería, mantención de las piscinas, insumos para la alimentación de los huéspedes y sus mascotas, servicios básicos, entre otros. Así como la compra de otros insumos necesarios para equipar el resort, éstos serán adquiridos a través de supermercados y proveedores especializados.

2.5.2. Identificación de las Fortalezas

- Instalaciones equipadas para los caninos y huéspedes del Resort.
- Altos estándares de calidad en servicio al cliente.
- Página web apta para realizar reservas y ver los servicios ofrecidos por el Resort.
- Atención personalizada.
- Amplios métodos de pago.

- Personal altamente capacitado.
- Manejo de redes sociales.

2.5.3. Identificación de las Debilidades.

- Alianzas estratégicas.
- Posicionamiento de la marca.

2.6. IDENTIFICACIÓN DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS

2.6.1. Ventaja competitiva

Tabla 7: Clasificación de las capacidades de la empresa

Capacidades de la Empresa	Fortaleza o Debilidad	Percibida o No Percibida
(1) Instalaciones equipadas para caninos y huéspedes del Resort	F	FP
(2) Altos estándares de calidad en servicio al cliente.	F	FP
(3) Alianzas estratégicas	D	DP
(4) Página web para realizar reservas.	F	FP
(5) Atención personalizada	F	FP
(6) Amplio métodos de pagos	F	FP
(7) Posicionamiento de la marca	D	DP
(8) Personal altamente capacitado	F	FP
(9) Manejo de redes sociales	F	FP

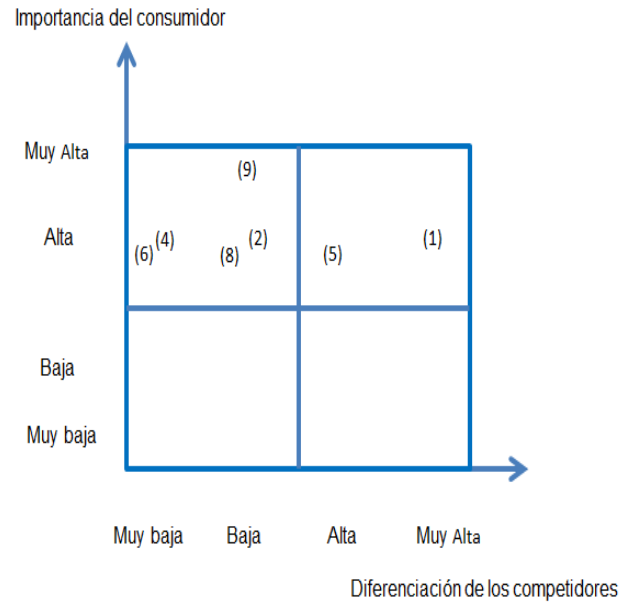
Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 8: Ponderación Relativa de Fortalezas y Debilidades Percibidas

Capacidades de la Empresa	Fortaleza o Debilidad Percibidas	Importancia para el Consumidor	Diferenciación con el Competidor
(1) Instalaciones equipadas para caninos y huéspedes del Resort	F	Alta	Muy Alta
(2) Altos estándares de calidad en servicio al cliente.	F	Alta	Baja
(3) Alianzas estratégicas	D	Alta	Baja
(4) Página web para realizar reservas.	F	Alta	Muy Baja
(5) Atención personalizada	F	Alta	Alta
(6) Amplio métodos de pagos	F	Alta	Muy Baja
(7) Posicionamiento de la marca	D	Alta	Muy Baja
(8) Personal altamente capacitado	F	Alta	Baja
(9) Manejo de redes sociales	F	Muy Alta	Baja

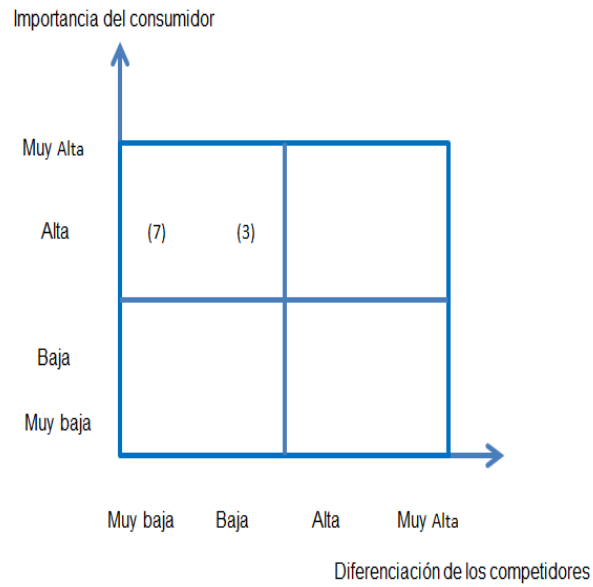
Fuente: Elaboración Propia.

Gráfica 2: Matriz de las Fortalezas



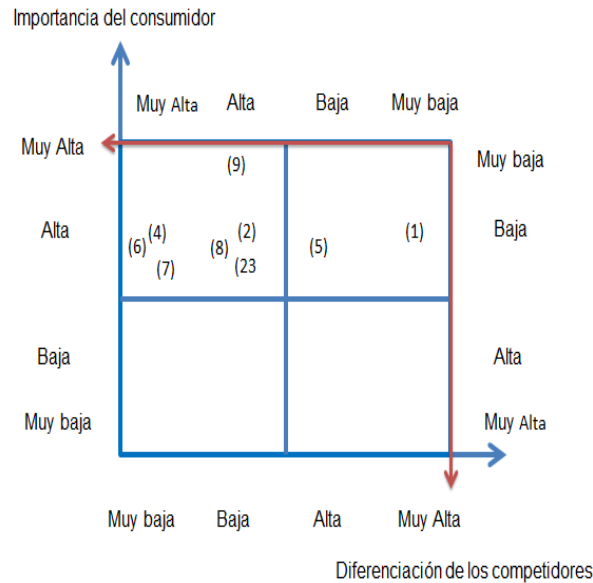
Fuente: Elaboración Propia.

Gráfica 3: Matriz de las debilidades



Fuente: Elaboración Propia.

Gráfica 4: Matriz de la Ventaja Competitiva



Fuente: Elaboración Propia.

- Las fortalezas que la empresa debe potenciar es (5) atención personalizada y (1) instalaciones equipadas para caninos y huéspedes.

2.6.2. Cadena de valor proyectada

La fortaleza (1) Instalaciones equipadas, ya que en Chile no existe ningún Hotel o Resort en el cual cuenten con espacios de esparcimiento para caninos como gimnasios, piscina, spa, guardería, habitaciones en donde las mascotas puedan disfrutar con sus dueños.

Se identifica en el eslabón de actividades primarias, ya que ahí se ve lo relacionado con operaciones, en donde se estipulan las diferentes instalaciones con las que contará el resort y las especificaciones técnicas de cada área del negocio.

La fortaleza (5) atención personalizada a los huéspedes, se identifica en el eslabón de actividades primarias específicamente en operaciones, ya que este estipula los procesos de atención a los clientes y sus caninos, en todas las áreas del negocio.

El Resort y sus colaboradores se preocupan de satisfacer todas las necesidades de los huéspedes mientras dure su estadía, hasta el momento de su check out.

2.7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, COMPETITIVOS Y DE CRECIMIENTO

2.7.1. Objetivos Estratégicos

1. Desarrollar las habilidades interpersonales y competencias tecnológicas del cincuenta por ciento de nuestros colaboradores permanentes una vez al año desde el inicio de las operaciones
2. Lograr una satisfacción de los huéspedes de a lo menos el noventa por ciento al final del año 2020.
3. Destinar un 0,2% utilidades del año anterior a la renovación de la tecnología en el resort, cada 3 años.
4. Fomentar las acciones de promoción mediante las redes sociales semanalmente para aumentar nuestra participación de mercado en un 3%.

2.7.2. Objetivos de Crecimiento

1. Alcanzar una tasa de ocupación del 50% de las habitaciones al final del año 2021.
2. Aumentar en un 25% los ingresos operacionales respecto al año anterior en los primeros 5 años de funcionamiento
3. Aumentar el número de habitaciones disponibles desde el tercer año de funcionamiento, hasta llegar a un total de 10 habitaciones. Construyendo 2 habitaciones nuevas de la categoría suite doble + 1 cama individual + baño suite anualmente, en proporción al aumento del 0,2% de ocupación respecto a los años 2016 - 2017 con el fin de aumentar el número de huéspedes.
4. Reinvertir un 3% de la utilidad en nuevos espacios de esparcimiento, a partir del tercer año de funcionamiento.

2.7.3. Objetivos Competitivos

1. Al momento de iniciar las operaciones lograr un 90% de disponibilidad de las instalaciones del resort a la hora de recibir a un nuevo huésped, con la finalidad de que esté se sienta satisfecho con nuestra forma de operar y la calidad de los servicios ofrecidos.

2. Lograr convenio con la Dirección de Desarrollo Turístico y Económico de la Municipalidad de Olmué al año 2020.
3. Conseguir al menos un acuerdo de colaboración con agentes de turismo con cobertura nacional al final del año 2020.

2.8. ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO, COMPETITIVA Y ESTRATEGIAS FUENTE DE VENTAJA COMPETITVA

2.8.1. Estrategia de crecimiento

- Penetración de mercado

La penetración de mercado busca aumentar la participación de mercado, a través de una intensificación de los esfuerzos de marketing.

La principal estrategia de Family Pets Resort será aumentar la participación relativa de la empresa en la industria del turismo y esparcimiento en la Región de Valparaíso, por lo que se ha propuesto implementar una estrategia de crecimiento intensivo a través de la penetración del mercado, donde la función de marketing del negocio jugará un rol fundamental. Para aprovechar el dinamismo de la industria del turismo y esparcimiento tanto regional como nacional, la correlación entre las ventas y los gastos en marketing, se deberá realizar esfuerzos en marketing directo y de comunicación a través de canales como lo son redes sociales específicamente Facebook e Instagram, página web, letreros camineros, pantallas led. Asimismo, la creación de alianzas estratégicas con la municipalidad de Olmué, agencias de turismo con cobertura nacional que será fundamental para alcanzar los objetivos estratégicos propuestos por la organización.

2.8.2. Estrategia Competitiva

Dado que la industria del turismo y esparcimiento es muy amplia, existen grupos de consumidores con gustos y preferencias muy variados en donde atender a unos pocos resultaría muy costoso para los actuales competidores, ya que la actual oferta de los resorts resulta ser altamente estandarizado, dejando abierta la puerta para que nuevos participantes atiendan a un segmento específico, en este caso familias con mascotas (caninos), por lo que Family Pets Resort va a tener que competir con una estrategia de Enfoque de Diferenciación Amplia.

La cual busca diferenciar el producto de la empresa de los rivales con atributos que atraigan a un espectro amplio de compradores.

Los servicios que se ofrecerán serán de alta calidad en relación a la competencia, e incluyen servicios especializados en el cuidado y entretenimiento de mascotas. Dentro operaciones del Resort se incluirán colaboradores capacitados para atender y resolver las solicitudes de los huéspedes, e infraestructura física que estimule el entretenimiento familiar en conjunto con la mascota.

2.8.3. Estrategias fuentes de Ventaja Competitiva

Las fuentes de ventaja competitiva para la organización que son impulsoras de diferenciación son las siguientes:

- **Procesos de control de calidad**

Con la finalidad de asegurar que la prestación del servicio se apegue a la formulación descrita por las unidades funcionales del negocio satisfagan y superen las expectativas de los huéspedes, se ha acordado solicitar el servicio de un huésped incógnito que participe en el proceso de control de calidad para que aporte a Family Pets Resort información valiosa la cual, de ser necesario, será útil para aplicar oportunamente medidas que corrijan las desviaciones hacia el cumplimiento de los objetivos formulados.

- **Características y desempeño del servicio**

Family Pets Resort no solo ofrece los típicos servicios de un complejo turístico, también ofrece servicios especializados en el cuidado y entretenimiento para las mascotas, con profesionales capacitados para atender todas las necesidades de los caninos alojados.

Family Pets Resort contará con amplios dormitorios completamente equipados y adaptados para los requerimientos de los huéspedes, baños privados en cada habitación y baños públicos en las instalaciones del primer nivel. Además, el primer nivel tanto interior como exterior contará con una distribución física tal que armonice espacios de entretenimiento familiar para los huéspedes incluyendo a sus mascotas.

- **Tecnología e innovación**

Family Pets Resort contará con una infraestructura física equipada con implementos de alta tecnología y calidad, los cuales serán renovados según la información entregada por el Servicio de Impuesto Internos (SII) respecto a la vida útil de los artículos comprados.

El eje principal en cuanto a uso de la tecnología para el resort será el software Paxer administrativo que permitirá tener un mayor control sobre los huéspedes y la administración general de Family Pets Resort. También se contará con página web y administración de las redes sociales específicamente Facebook e Instagram.

- **Ventas y marketing**

La utilización de marketing directo o relación estrecha con los huéspedes permitirá identificar el perfil de gustos y preferencias de cada uno y, en consecuencia, será útil para cumplir objetivos de fidelización y posicionamiento propuestos por la organización.

- **Habilidades y experiencia del personal**

Family Pets Resort contará con profesionales encargados de la dirección estratégica de la organización, así como la administración de las áreas funcionales del negocio. Se implementarán programas de capacitación para los colaboradores en términos de servicio al cliente. Asimismo, se elaborará un plan de inducción de personal para que tengan claridad de las funciones y obligaciones de cada cargo, de la misión, visión y valores de la empresa, así como de la filosofía administrativa y la cultura organizacional.

3. PLAN DE MARKETING

3.0.OBJETIVOS PLAN DE MARKETING

- **Aumento en el índice de ventas**
 - Alcanzar una tasa de ocupación del 50% de las habitaciones al final del año 2021.
 - Aumentar en un 25% los ingresos operacionales respecto al año anterior en los primeros 5 años de funcionamiento.

- **Desarrollar impacto de marca**
 - Alcanzar un total de 25.000 seguidores en Facebook e Instagram durante el primer año de funcionamiento.
 - Aumentar en un 3% mensual los seguidores de las redes sociales tanto de Facebook como de Instagram a partir del segundo año de funcionamiento hasta llegar a los 100.000 seguidores en total entre ambas redes sociales.

- **Aumentar la participación de mercado para un producto o servicio**
 - Aumentar el número de habitaciones disponibles desde el tercer año de funcionamiento, hasta llegar a un total de 10 habitaciones. Construyendo dentro del mismo tercer año 2 habitaciones nuevas de la categoría suite doble + 1 cama individual + baño suite anualmente, en proporción al aumento del 0,2% de ocupación respecto a los años 2016 - 2017 con el fin de aumentar el número de huéspedes.
 - Reinvertir un 3% de la utilidad en nuevos espacios de esparcimiento, a partir del tercer año de funcionamiento.

- **Lanzamiento de nuevos productos o servicios**
 - Crear redes sociales como Instagram y Facebook para darse a conocer 2 meses antes de la fecha de inauguración masiva e informar sobre descuentos y promociones vigentes.
 - Lanzar una promoción en la cual las 5 primeras familias en ingresar al resort tengan una sección de masajes gratis para ellos y sus mascotas.

- **Atraer a nuevos clientes**
 - Ofrecer cupones de descuentos a través de redes sociales de un 10% para clientes nuevos al momento del uso de los servicios de masajes.
 - Aumentar cada año en un 0.5% el gasto de publicidad respecto a las ventas anuales obtenidas, para así poder abarcar a más ciudades del país y captar nuevos clientes.

- **Introducir la empresa en nuevos mercados a nivel internacional o local**
 - Lograr convenio con la Dirección de Desarrollo Turístico y Económico de la Municipalidad de Olmué del año 2020.
 - Generar al menos un acuerdo de colaboración con agentes de turismo con cobertura nacional al final del año 2020.

- **Introducir técnicas de fidelización y mejora de las relaciones con los clientes**
 - Creación de una base de datos en donde los clientes sean diferenciados junto con el nombre de su mascota.
 - Lograr una fidelización del 60% de los clientes a través de la diferenciación al momento de realizar check-in al Resort.

- **Aumentar los beneficios anuales, trimestrales o semestrales de la empresa**
 - Conseguir que más del 40% de los ingresos operacionales provengan del servicio de habitaciones según el flujo de caja anual al final del año 2023.

3.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO (como satisfactor)

Family Pets Resort consiste en la creación de un resort apto tanto para familias como también para mascotas. Se ofrecerán servicios de hotelería, spa, recreación, esparcimiento, relajación y por sobre todo seguridad y tranquilidad.

Éste será ubicado en la Ciudad de Olmué específicamente en el Paradero N°41, Sector Cajón Grande, ya que se podrá disfrutar de la naturaleza que éste lugar ofrece. Se hará siendo responsables con el medio ambiente, contribuyendo a la disminución del consumo eléctrico con

la instalación de paneles solares a lo largo de toda la construcción del resort, pudiendo así abarcar todo el consumo eléctrico que éste tenga. Se pretende ser los pioneros en contar con entretenimiento, cuidados y belleza para sus mascotas, ya que ellos podrán disfrutar al igual que las personas.

El resort contará con una instalación de 2 pisos con amplias áreas verdes, piscinas, espacios multiuso, como bar, restaurant, cafetería, gimnasio, spa entre otros. La instalación dispondrá de 18 habitaciones suite para familias y 2 habitaciones con compartimientos individuales para los perros divididos en razas grandes y razas medianas y pequeñas. El total de la construcción considerando espacios exteriores como piscinas, multicancha y estacionamientos es de 2.227 mts². Adicionalmente se contará con 5000 mts² de áreas verdes.

Existirán 5 modalidades de habitación para personas: habitación suite doble, habitación suite doble más una cama individual con ventana, habitación suite doble más una cama individual sin ventana y por último se contará con habitación suite doble más 2 camas individuales con ventana y habitación suite doble más 2 camas individuales sin ventana cada una con baño privado. Cada habitación contará con teléfono fijo, tv, conexión Wifi y con todo el equipamiento necesario para que sea una estadía agradable. Cabe destacar también que en las habitaciones de las personas también se permitirá el hospedaje del perro ya que contará con camas especializadas para las mascotas en las habitaciones. El servicio se diferenciará por la grata compañía de sus mascotas que podrán tener las familias durante toda su estadía en el resort.

En cuanto al servicio del spa, el detalle es el siguiente

Spa para personas:

- Masaje completo.
- Masaje de relajación.
- Cosmetología y masaje terapéutico.
- Piedras calientes.
- Baño de chocolate.
- Spa Day chocolaterapia o Fango Terapia (2 personas).

Spa para perros:

- **Talassoterapia:** Basado en algas y agua de mar. Se aplica un bálsamo para el animal el cual previene las bacterias y las enfermedades.
- **Bambú japonés:** Los limpia, los desodoriza y previene las bacterias y enfermedades. Al igual que la talassoterapia, se aplicará como un bálsamo sobre tu mascota.
- **Baños aromáticos:** Este tipo de baños son perfectos para ellos, ya que los perros cuentan con un fuerte sentido del olfato. El objetivo es que el animal se tranquilice a través de los olores, de forma que la relajación sea más rápida y profunda.
- **Circuito de spa:** Con servicios como el lavado, baño exfoliante que abre sus poros y baño tonificante.
- **Baño de ozono:** Se aplicará un baño de ozono que oxigenan la piel y combatirá cualquier bacteria o parásito que tu perro pueda tener.
- **Masajes:** Tienen numerosos beneficios ya que relajan a la mascota y alivian dolores musculares y enfermedades articulares, favorecen la circulación sanguínea, tonifica los tejidos y mejora su comportamiento.

Family Pets Resorts se mantendrá abierto todos los días del año y los horarios tanto del servicio de habitaciones y programas por el día se detallan a continuación:

Horarios servicios de habitación

El check-in se efectúa a las 15:00 horas y el check-out a las 12:00 horas.

Horarios programas por el día

Llegada desde las 8:00 horas y salida hasta las 21:00 horas

Horarios servicios de alimentación

Desayuno 8:00 – 11:00

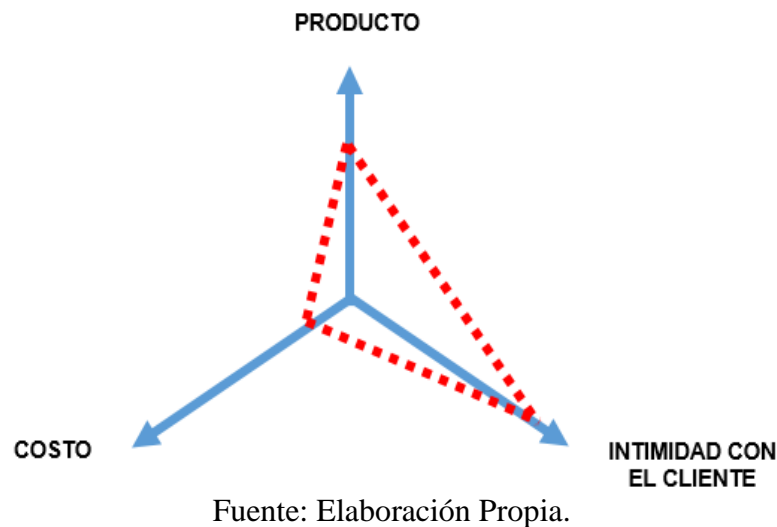
Almuerzo 13:00 – 15:30

Once 18:00 – 19:30

3.2. MARKETING ESTRATÉGICO

3.2.1. Propuesta de Valor de la Empresa

Gráfica 5: Intimidad con el cliente



Ofrecer el mejor servicio de alojamiento y entretención diaria pudiendo satisfacer todas las necesidades particulares de los clientes. Los servicios a ofrecer serán únicos para cada cliente dependiendo de las necesidades que tenga él con su mascota ya que se pretende llegar a la intimidad de cada uno de los clientes.

También se contará con una excelente calidad en el servicio y productos ofrecidos, los cuales tienen el efecto máximo de desempeño para los clientes. Los servicios ofrecidos entregarán los mayores beneficios a un precio elevado pero valdrá la pena adquirirlos.

3.2.2. Segmentación de Mercado

- **Geográfica**

El servicio de resort estará a disposición de todos los chilenos, los cuales, según los resultados del censo 2017, se considera la población chilena total de 17.574.003 habitantes dentro de los cuales 8.601.989 hombres y 8.972.014 mujeres.

También estará a disposición de extranjeros, los cuales, según los datos del Sernatur, en el año 2017 ingresaron 6.449.833 visitantes al país.

Family Pets Resort se enfocará principalmente en la Región Metropolitana, el cual es el lugar en donde se concentra su público objetivo. Se seleccionaron un total de 12 comunas las cuales como porcentaje de nivel socioeconómico AB, C1a, C1b y C2 son los siguientes:

Tabla 9: Habitantes comunas de Santiago según nivel socioeconómico.

Comuna	Habitantes Totales	Total ABC1	Total C2
Vitacura	85.384	50.035	24.334
Las Condes	294.838	143.291	90.515
Lo Barnechea	105.833	45.720	15.134
La Reina	92.787	37.672	24.589
Providencia	142.079	51.006	54.416
Ñuñoa	208.237	59.764	73.091
San Miguel	107.954	17.381	28.284
Macul	116.534	13.868	30.299
La Florida	366.916	42.929	91.729
Peñalolén	241.599	26.817	33.824
Huechuraba	98.671	9.670	10.854
Santiago	404.495	39.236	128.225
Total	2.265.327	537.389	605.294

Fuente: Elaboración Propia.

Por lo tanto el total que se abarcarán de la Región Metropolitana, de las comunas anteriormente mencionadas, son 1.142.683 habitantes.

- **Demográfica**

Edad

Según la base de datos Censo 2017, la clasificación por edad se divide en 3 grupos:

- 0 - 14 años hay 3.523.750 habitantes, de los cuales 1.798.035 son hombres y 1.725.715 son mujeres.

- 15 - 64 años hay 12.046.997 habitantes, de los cuales 5.939.979 son hombres y 6.107.018 son mujeres.
- 65 o más años hay 2.003.256 habitantes, de los cuales 863.975 son hombres y 1.139.281 son mujeres.

El rango etario en el cual se enfocará Family Pets Resort será en el segundo grupo, ya que se abarcará entre los 20 y los 69 años, ya que se quiere a llegar principalmente a familias.

El detalle de la Región Metropolitana, de las comunas las cuales se abarcarán, son los siguientes:

Tabla 10: Habitantes según rango etario de las comunas de Santiago

Comuna	Habitantes 20–29 años	Habitantes 30–39 años	Habitantes 40–49 años	Habitantes 50–59 años	Habitantes 60–69 años
Vitacura	11.269	11.543	11.486	10.403	8.544
Las Condes	50.467	44.697	38.076	36.567	28.207
Lo Barnechea	16.574	12.150	16.142	14.349	7.510
La Reina	13.853	11.539	12.914	12.409	9.131
Providencia	24.930	31.004	18.970	14.415	12.589
Ñuñoa	32.385	41.399	27.791	24.345	18.631
San Miguel	18.583	19.669	14.025	13.044	8.934
Macul	19.489	17.741	14.987	14.609	10.928
La Florida	60.078	52.150	47.790	46.921	37.458
Peñalolén	40.212	30.423	36.086	31.177	19.346
Huechuraba	14.468	13.733	16.130	10.978	6.577
Santiago	108.476	99.187	50.847	36.001	22.285
Total	399.515	385.235	305.244	265.218	190.140

Fuente: Elaboración Propia.

Por lo tanto el total de habitantes según los rangos etarios anteriormente detallados es de 1.145.837 habitantes.

- **Clasificación socioeconómica**

La Asociación Nacional de Avisadores (ANDA) junto a la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM) ha consensuado recientemente una definición de los niveles socioeconómicos.

Tabla 11: Niveles socioeconómicos.

AB	C1a	C1b	C2	C3	D	E
-----------	------------	------------	-----------	-----------	----------	----------

Fuente: Elaboración Propia.

Las clases socioeconómicas que se abordarán son las siguientes:

- **AB**
 - Ingreso total promedio de seis millones 452 mil pesos.
 - Profesionales universitarios (90%) y algunos con postgrado (30%). Directivos y profesionales de alto nivel.
 - 89% está en Isapre.
 - 92% tiene tarjeta de crédito bancaria.
 - 78% tiene vehículo particular.
 - 89% tiene celular con contrato y 10 por ciento con prepago
- **C1a**
 - Ingreso mensual promedio de dos millones 739 mil pesos.
 - Profesionales universitarios (95%), unos pocos con postgrado (13%).
 - 92% son directivos profesionales de alto nivel.
 - 76% está en Isapres y el 19 por ciento en el tramo D de Fonasa.
 - 77% tiene tarjeta de crédito bancaria.
 - 59% tiene vehículo particular.
 - 84% tiene celular con contrato y 16 con prepago.

- C1b
 - Ingreso mensual promedio de un millón 986 mil pesos.
 - Son mayormente profesionales universitarios.
 - 81% trabajan en oficios que requieren educación formal y 56% son directivos y profesionales de alto nivel.
 - 51% está en Isapres y 39% es tramo D de Fonasa.
 - 60% tiene tarjeta de crédito bancaria.
 - 49% tiene vehículo particular.
 - 72% tiene celular con contrato y 26% con prepago.

- C2
 - Ingreso mensual promedio de un millón 360 mil pesos.
 - Mayormente profesionales técnicos (45%) y universitarios (46%).
 - 58% trabaja en oficios que requieren educación formal y 47% son técnicos y profesionales.
 - 32% está en Isapre y 56% en Fonasa.
 - 41% tiene tarjeta de crédito bancaria.
 - 44% tiene vehículo particular.
 - 59% tiene celular con contrato y 39% con prepago.

El principal componente por el cual se seleccionó los sectores anteriormente mencionados es por su ingreso mensual.

El detalle de los niveles socioeconómicos en las comunas de Santiago es el siguiente:

Tabla 12: % de los niveles socioeconómicos en las comunas de Santiago.

Comuna	ABC1	C2
Vitacura	58,6%	28,5%
Las Condes	48,6%	30,7%
Lo Barnechea	43,2%	14,3%
La Reina	40,6%	26,5%

Providencia	35,9%	38,3%
Ñuñoa	28,7%	35,1%
San Miguel	16,1%	26,2%
Macul	11,9%	26%
La Florida	11,7%	25%
Peñalolén	11,1%	14%
Huechuraba	9,8%	11%
Santiago	9,7%	31,7%

Fuente: Elaboración Propia.

Psicográficas

En Chile, cada vez las personas y familias se están preocupando más de sus mascotas y gastan grandes sumas de dinero en atenderlos como si fuesen sus hijos. Es por eso que una de las variables a considerar es su estilo de vida que llevan en conjunto a sus mascotas.

Actualmente, el 64% de los hogares chilenos hay una mascota, y la especie que lidera las preferencias es el perro, seguida por el gato. El estudio CHILE3D refleja que un 52% de los hogares tiene perro; un 25%, gato; y un 5% de las casas, alguna otra. Además, quienes ya tienen un animal, por lo general, siempre eligen adoptar a otro más, ya que son dos mascotas en promedio las que hay por vivienda.

3.2.3. Mercado Objetivo

El público objetivo al cual la empresa apunta es a parejas jóvenes y familias amantes de los perros, específicamente del sector socioeconómico AB, C1a, C1b y C2 de la Región Metropolitana, las cuales deseen disfrutar unas vacaciones junto a su canino ya sea durante un día o por una larga estadía haciendo uso de las habitaciones las cuales ofrece el resort.

3.2.4. Posicionamiento

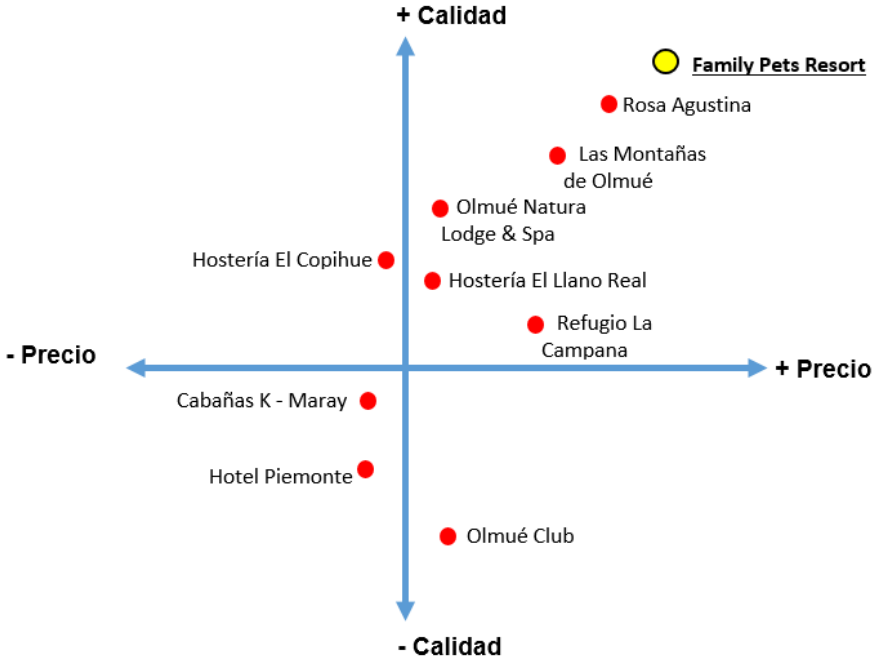
Los resorts generalmente son asociados a los atributos de calidad y precio, por lo que este nuevo proyecto se decidió comprar con dichos atributos a la competencia.

Calidad, es el primer concepto de alojamiento turístico que se desea introducir en la quinta región: el grato ambiente y tener todo lo necesario para tener una buena estadía a través de la prestación del servicio es clave para estimular la permanencia y confianza de los nuevos clientes.

Precio, es el segundo concepto asociado a alojamiento turístico, siendo básico al momento del posicionamiento ya que si se desea ofrecer mayor calidad, el precio también será mayor.

A continuación se mostrará el mapa de posicionamiento de los competidores y donde se ubicará el nuevo proyecto en base a las variables anteriormente mencionadas, calidad y precio:

Gráfica 6: Mapa de posicionamiento



Fuente: Elaboración propia.

Ser líder en entretenimiento familiar para familias con mascotas en la región Metropolitana, los cuales buscan un lugar de entretención, distracción y calidad en el servicio pero más que nada que satisfaga las necesidades que tienen ambos ofreciendo servicios diferenciados.

3.2.5. Demanda Potencial

Las variables a considerar en el cálculo de la demanda potencial fueron las siguientes:

- Y: Llegada de personas a establecimientos de alojamiento turístico.
- X1: Tarifa promedio en alojamiento.
- X2: Pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico.
- X3: Gastos en Chile en Pet Care en CLP millones (Euro monitor).

Tabla 13: Datos demanda potencial

Año	Y	X1	X2	X3
2012	6.479.655	\$59.938	12.723.545	\$326.820
2013	6.774.185	\$61.922	13.240.290	\$389.744
2014	6.603.182	\$63.872	12.906.416	\$460.683
2015	9.238.247	\$64.018	17.620.234	\$518.402
2016	9.513.345	\$65.959	18.077.111	\$615.046
2017	9.688.918	\$66.420	18.842.222	\$719.937

Fuente: Elaboración propia.

Función:

$$Y = -6.175.700,51 + 99,18 X1 + 0,59 X2 + -2,61 X3 \text{ (Véase Anexo 2)}$$

3.3. MARKETING OPERATIVO

3.3.1. Estrategia de Producto

Es un servicio de entretenimiento diario y hospedaje apto para familias con sus mascotas ofreciendo distintos servicios diferenciados para que puedan aprovechar su estadía ofreciendo calidad, seguridad y sobre todo distracción.

EL resort contará con una instalación de 2 pisos con amplias áreas verdes, piscina normal y temperada, espacios comunes como restaurante, cafetería, bar, guardería, gimnasio, spa entre otros. La construcción de 2.227 mts² ubicada en la Comuna de Olmué dispondrá de 18 habitaciones para personas y 2 habitaciones para perros las cuales cada una tiene cubículos para perros de diferentes tamaños.

Existen 5 modalidades de habitación: Suite doble, suite doble más 1 cama individual con ventana, suite doble más 1 cama individual sin ventana, suite doble más 2 camas individuales con ventana y suite doble más 2 camas individuales sin ventana. Estas habitaciones están completamente equipadas con cajas de seguridad, televisor, teléfono, closet y conexión Wifi.

El servicio se diferenciará por las instalaciones que se ofrecen a los clientes debido a que cuenta con equipamiento para personas y perros, ya que ellos también poseen gimnasio, guardería, piscina, gimnasio, spa entre otros, ambiente cercano entre los distintos estudiantes de la Residencial, donde se vivirán experiencias de entretenimiento y distracción.

Niveles de Producto

Producto esencial o beneficio central

El producto atenderá a las necesidades de esparcimiento, entretenimiento y hospedaje de personas con sus mascotas.

Producto genérico

El producto genérico se dará a conocer mediante el logotipo e infraestructura del edificio donde se prestarán los servicios.

La empresa proporcionará dormitorios suite completamente equipados para 2, 3 y 4 personas y dormitorios para caninos pequeños, medianos y grandes. Junto con lo anterior, el lugar contará con espacios comunes especializados para el público objetivo, como piscinas, bar, restaurante, cafetería, spa, gimnasio, guardería entre otros.

Producto esperado

En las habitaciones los huéspedes esperan espacios amplios y limpios, camas cómodas y de buena calidad, alimentación de calidad para ellos y sus mascotas, televisión por cable, internet rápido y un grato ambiente. En los espacios comunes se desea limpieza, comodidad y equipamiento funcionando a la perfección.

A nivel global, se espera un ambiente tranquilo y seguro, donde los visitantes puedan compartir y disfrutar en conjunto con su familia y mascota. Además de contar con la buena disposición de todo el personal especializado del resort.

Producto aumentado

El desarrollo de la inteligencia artificial cada vez está más presente en nuestras vidas y con el paso del tiempo su presencia irá en aumento gracias al impulso que actualmente están aportando los gigantes tecnológicos, es por eso que el producto aumentado es precisamente eso, la inteligencia artificial, pero en 2 formas diferentes:

1. **ChatBots:** El cual es un chat presente en las páginas web el cual permite simular una conversación con una persona pudiendo realizar una diversidad de tareas como por ejemplo reservar una habitación en el Resort.
2. **Email marketing:** El cuál es la publicidad a través de correo electrónico, por lo que a cada huésped se le solicitará su correo electrónico al momento del check in y al momento de realizar alguna reserva a través de la página web para envío de información sobre descuentos existentes.

Producto potencial

El producto potencial del proyecto está basado en la inversión futura en otros espacios de esparcimiento como por ejemplo una cancha de golf la cual es adecuada para el público al cual se pretende llegar y tener como clientes, los cuales son de los sectores socioeconómicos AB, C1a, C1b y C2.

- **Marca**



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1: Logotipo

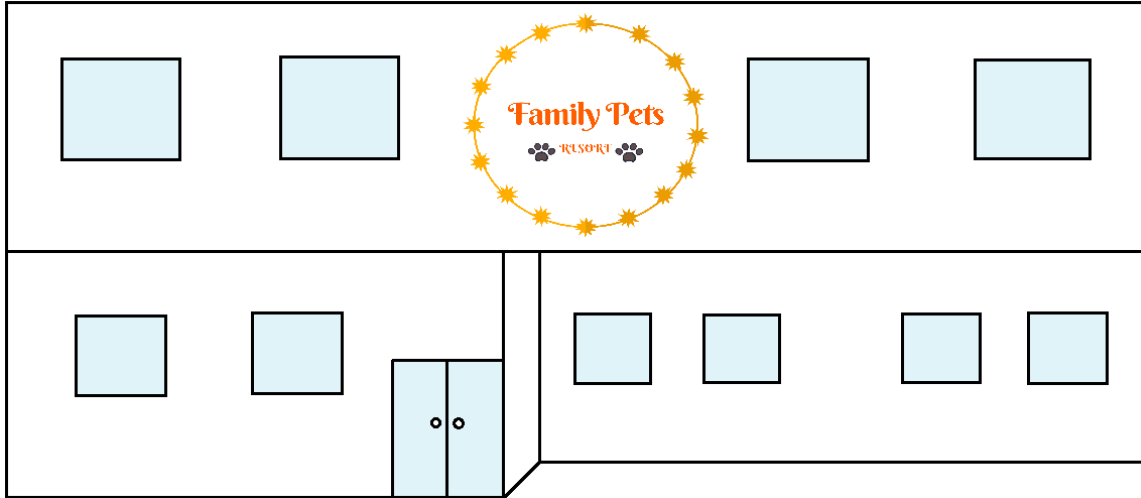
El logotipo será Family Pets Resort, el nombre completo del servicio. El nombre fue discutido y analizado por los creadores del proyecto.

El nombre de marca “Family Pets Resort” tendrá como objetivo reflejar un sentido de los potenciales clientes, lo que corresponde al nuevo concepto de vacaciones en familia con sus mascotas, el cual se desea introducir a la quinta región.

Packaging

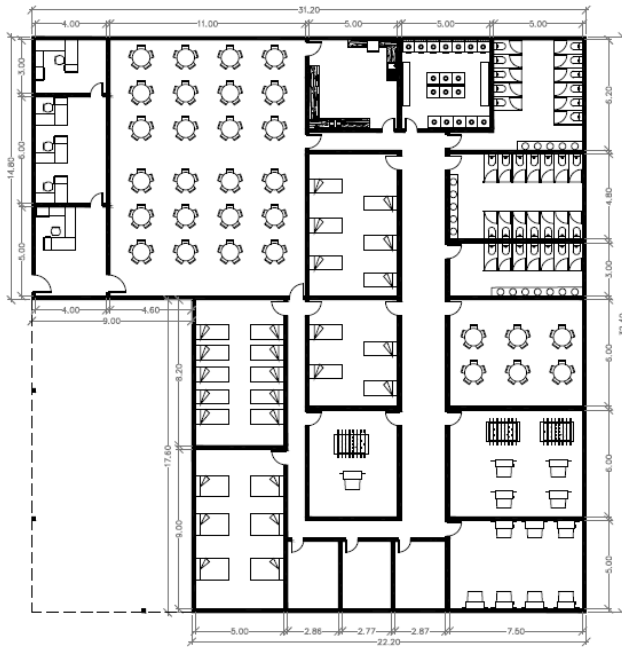
El este caso el packaging de Family Pets Resort, como es un servicio, sería su construcción, la cual permitirá ofrecer todos los servicios prometidos a los futuros clientes:

A continuación se muestran las siguientes figuras:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2: Fachada Exterior



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3: Layout 1er piso



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4: Layout 2do piso

3.3.2. Estrategia de Comunicación

Público objetivo de la estrategia de comunicaciones

Parejas jóvenes y familias amantes de las mascotas del sector socioeconómico AB, C1a, C1b y C2 de la Región Metropolitana.

En otras palabras, la estrategia va enfocada al usuario del servicio.

- **Publicidad**

Objetivo

Informar sobre nuestros productos y lograr un efecto de recuerdo sobre los mismos.

Presupuesto

Los costos publicitarios serán fijos y variables, los cuales estarán basados en:

- **Medios**

- Página web propia: Canal publicitario y de contacto, en dicho espacio el servicio ofrecido podrá ser revisado detalladamente como características físicas del lugar, servicios a ofrecer, valores planes diarios y estadía, galería de imágenes, experiencias y otras informaciones específicas. **(Véase Anexo 3)**
- Redes sociales: Fan Page en la red social de Facebook e Instagram, donde periódicamente se publicará información relacionada con precios, promociones y beneficios para adquirir el servicio. **(Véase Anexo 4)**
- Letreros camineros: De carácter informativo y potenciador de los atributos diferenciadores del producto. Estos carteles serán de diseños atractivos y colores llamativos, con el fin de lograr captar una atención visual previa. **(Véase Anexo 5)**
- Pantallas digitales: Cumplen el mismo rol que los letreros camineros pero a diferencia de ellos, éstos estarán ubicados en el centro de las ciudades en las cuales se instalarán.

Promoción de Ventas

Objetivo

Atraer nuevos clientes y mantener a los actuales.

Presupuesto

El costo indirecto corresponde a los ingresos que no se percibirán por realizar los descuentos correspondientes.

Tipos de promociones

A través de muestras gratuitas ya que al momento de la inauguración a las primeras 5 familias al hacer ingreso al resort se le regalaran masajes.

También a través de descuentos en los masajes correspondientes al servicio de Spa los cuales tienen un valor adicional, a través de las redes sociales, tanto Instagram como Facebook, se permitirá la descarga de un cupón de un 5% y máximo 15% dependiendo de la temporada.

Descuentos en el valor del plan diario al momento del ingreso al resort por la temporada del aniversario del Resort en el será un 15% el cual será válido solo por una semana.

Relaciones públicas

Tipos de relaciones públicas

Los tipos de relaciones públicas a utilizar serán realizar convenios con agencias de turismo y cajas de compensación. Ser patrocinador de causas solidarias dentro de la comuna de Olmué.

Marketing directo

Objetivo

Fidelizar los actuales clientes.

Formas de aplicación

Bienvenida personalizada, y encuestas de satisfacción enviadas a cada cliente vía correo electrónico.

3.3.3. Estrategia de Distribución

La distribución y canales del proyecto se realizarán de manera directa, y corresponderá al domicilio donde se ejecutarán las operaciones. El domicilio del Resort será paradero N°41 sector cajón grande, Comuna de Olmué, Región de Valparaíso, Chile.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5: Distribución directa

3.3.4. Estrategia de Precios, Criterios de Fijación de Precios

Family Pets Resort contará con dos tipos de servicios los cuales son los planes por el día diferenciados en Plan estándar y Plan Premium; y el servicio de hospedaje diferenciados en habitaciones suite doble, suite doble más 1 cama individual y suite doble más 2 camas individuales. Cabe destacar también que se tiene una tarifa para los niños visitantes al Resort el contempla el rango etario de 2 a 11 años. El servicio de Spa para personas tiene un valor adicional. A continuación se describen los tipos de servicios en conjunto con sus precios y los detalles de los valores extras del spa.

Tabla 14: Programas y precios Family Pets Resort.

Programas	Tipos	Precio	
Por el día	Estándar	\$50.000 por persona	Alimentación: Almuerzo a la carta, y alimento para la mascota
		\$10.000 por mascota	Actividades: Acceso a las piscinas tanto de mascotas como de personas, uso de las instalaciones al exterior (canchas y juegos) e interior (guardería, gimnasio)
	Valor general Niños 2 - 11 años	\$44.000 por niño	Alimentación: almuerzo a la carta Actividades: Acceso a todas las instalaciones e excepción del spa
	Premium	\$80.000 por persona	Alimentación: almuerzo a la carta y alimento de mascotas
\$20.000 por mascota		Actividades: Acceso a todas las instalaciones incluidos servicios de spa	
Alojamiento	Habitación suite doble	\$ 200.000 por noche	Alimentación: desayuno y almuerzo a la carta, y alimento para la mascota Actividades: Acceso a todas las instalaciones (*los masajes tiene un valor adicional)
		\$280.000 (con ventana) y \$260.000 (sin ventana) por noche	Alimentación: desayuno y almuerzo a la carta, y alimento para la mascota Actividades: Acceso a todas las instalaciones (*los masajes tiene un valor adicional)
		\$320.000 (con ventana)	Alimentación: desayuno y almuerzo a la carta, y alimento para la mascota

	Habitación suite doble + 2 camas individuales	y \$300.000 (sin ventana) por noche	Actividades: Acceso a todas las instalaciones (*los masajes tiene un valor adicional)
Alojamiento mascotas	Perros raza chicos y medianos	\$25.000 por noche	Acceso a todo el resort y alimentación
	Perros raza grande	\$28.000 por noche	Acceso a todo el resort y alimentación

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15: Precios servicios extras Family Pets Resort.

Servicios extras	Tiempo	Precio
Masaje completo	60 min	\$50.000
Masaje Relajación	60 min	\$32.000
Cosmetología y masaje terapéutico.	45 min	\$40.000
Piedras Calientes	60 min	\$40.000
Baño de Chocolate	45 min	\$35.000
SPA Day Chocolaterapia o Fango terapia	135 min (2 personas)	\$190.000

Fuente: Elaboración propia.

Criterios de fijación de precios

Orientado a la competencia

Para la fijación de precios de las habitaciones fueron considerados los precios de los competidores ubicados en la comuna de Olmué, haciendo una simulación de estadía en una habitación doble desde el día 14 de enero de 2019 hasta el día 15 de enero del mismo año.

Tabla 16: Competidores

Nombre	Tipo	Dirección	Precio	Página web
Rosa Agustina	Resort	Calle El Bajo 6000, Olmué	\$263.700	www.rosaagustina.cl
Olmúe Natura Lodge & Spa	Resort	Pasaje Cabrería N°2681 con calle La Gruta, Olmué	\$133.000	www.olmuenatura.cl
El Copihue	Hostería	2203, Calle Diego Portales, Olmué	\$96.000	www.copihue.cl
El Llano Real	Hostería	Esmeralda 2401, paradero 19, Olmué	\$146.000	www.llanoreal.cl
Las Montañas de Olmué	Resort	Avenida Granizo 9139, paradero 43, Olmué	\$144.900	www.montanasdeolmue.cl

Fuente: Elaboración propia.

Para la fijación de precios de los planes diarios se consideró a la competencia directa el cual es Rosa Agustina Resort, el cual los precios son los siguientes:

Día Campestre (Desayuno, almuerzo y once)

	Tarifa normal 2018
Adultos	\$ 57.130
Niños de 2-11 años	\$ 49.985

Fuente: Rosa Agustina Resort

Figura 6: Tarifas Plan Día Rosa Agustina Resort.

Para los cálculos de los ingresos anuales que tendrá el Resort se utilizó un precio promedio ponderado, el cual es calculado con el precio de todas las habitaciones, ingresos de plan diario, spa. (Véase Anexo 6)

Política crediticia y plazos de pago

Se considera que la estancia del huésped y su mascota deben ser canceladas al momento de la llegada al resort y se debe dejar una garantía, ya sea en efectivo o cheque, por posibles daños sufridos al inmueble, en caso de que al momento de retirarse no haya realizado ningún desperfecto en las instalaciones, dicha garantía será devuelta en su totalidad. Los métodos de pago que se van aceptar serán: efectivo, transferencia bancaria, sistema Transbank (incluye tarjeta de crédito y débito).

Tasa anual de crecimiento

Se considera una tasa del crecimiento anual del 25% con respecto al año anterior desde el segundo año de funcionamiento ya que según investigación el competidor directo Rosa Agustina Resort crece en la misma proporción anualmente.

3.4. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING

Tabla 17: Pronóstico de ventas por habitaciones personas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad total (habitaciones)	6.480	6480	6480	7200	7920
Vendido (%)	40%	50%	63%	78%	98%
Capacidad vendida	2.592	3.240	4.050	5.625	7.734
Capacidad no vendida	3.888	3.240	2.430	1.575	186

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18: Pronóstico de ventas por habitaciones para caninos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad total (habitaciones)	3.600	3600	3600	3600	3600
Vendido (%)	40%	50%	63%	78%	98%
Capacidad vendida	1.440	1.800	2.250	2.813	3.516
Capacidad no vendida	2.160	1.800	1.350	788	84

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19: Pronóstico de ventas por planes diarios personas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad total (planes diarios)	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Vendido (%)	40%	50%	63%	78%	98%
Capacidad vendida	7200	9.000	11.250	14.063	17.578
Capacidad no vendida	10.800	9.000	6.750	3.938	422

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20: Pronóstico de ventas planes diarios caninos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad total (planes diarios)	9.000	9.000	9.000	9.000	9.000
Vendido (%)	40%	50%	63%	78%	98%
Capacidad vendida	3600	4.500	5.625	7.031	8.789
Capacidad no vendida	5.400	4.500	3.375	1.969	211

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21: Pronóstico de ventas servicios extras (masajes spa)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad total (personas)	14.688	14.688	14.688	14.688	14.688
Vendido (%)	40%	50%	63%	78%	98%
Capacidad vendida	5.875	7.344	9.180	11.475	14.344
Capacidad no vendida	8.813	7.344	5.508	3.213	344

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto competencia

Tabla 22: Datos competidores

Nombre	Tipo	Dirección	Precio	Página web
Rosa Agustina	Resort	Calle El Bajo 6000, Olmué	\$263.700	www.rosaagustina.cl
Olmué Natura Lodge & Spa	Resort	Pasaje Cabrería N°2681 con calle La Gruta, Olmué	\$133.000	www.olmuenatura.cl
El Copihue	Hostería	2203, Calle Diego Portales, Olmué	\$96.000	www.copihue.cl
El Llano Real	Hostería	Esmeralda 2401, paradero 19, Olmué	\$146.000	www.llanoreal.cl
Las Montañas de Olmué	Resort	Avenida Granizo 9139, paradero 43, Olmué	\$144.900	www.montanasdeolmue.cl

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto base cero

Tabla 23: Presupuesto en base a objetivos.

	2020	2021	2022	2023	2024
Tasa Ocupación	40%	50%	63%	78%	98%
Ingresos por habitaciones	\$ 781.550.682	\$ 976.938.353	\$ 1.221.172.941	\$ 1.526.466.176	\$ 2.029.906.720
Ingresos plan diarios	\$ 496.385.007	\$ 620.481.259	\$ 775.601.573	\$ 969.501.967	\$ 1.211.877.458
Ingresos servicios de spa	\$ 285.926.400	\$ 357.408.000	\$ 446.760.000	\$ 558.450.000	\$ 698.062.500
Ingresos habitaciones adicionales (2)				\$ 97.459.200	\$ 97.459.200
Ingresos Operacionales	\$ 1.563.862.089	\$ 1.954.827.611	\$ 2.443.534.514	\$ 3.151.877.343	\$ 4.037.305.878
COSTOS					
Reinversion en habitaciones			\$ -57.501.759	\$ -57.501.759	\$ -57.501.759
Reinversion en espacios de esparcimiento			\$ -16.525.310	\$ -21.340.694	\$ -32.126.067
Software administrativo y sitio web	\$ -1.020.000	\$ -1.020.000	\$ -1.020.000	\$ -1.020.000	\$ -1.020.000
Publicidad Fija					
Pantallas Led (RM)	\$ -19.800.000	\$ -19.800.000	\$ -19.800.000	\$ -19.800.000	\$ -19.800.000
Redes sociales	\$ -360.000	\$ -360.000	\$ -360.000	\$ -360.000	\$ -360.000
Letreros camineros	\$ -15.000.000	\$ -15.000.000	\$ -15.000.000	\$ -15.000.000	\$ -15.000.000
Publicidad Variable					
Publicidad adicional	\$ -7.819.310	\$ -9.774.138	\$ -12.217.673	\$ -15.759.387	\$ -20.186.529
TOTAL COSTOS	\$ -43.999.310	\$ -45.954.138	\$ -122.424.741	\$ -130.781.840	\$ -145.994.355
Utilidad	\$ 488.898.554	\$ 550.843.664	\$ 711.356.466	\$ 1.070.868.884	\$ 2.730.062.726

Fuente: Elaboración propia.

4. PLAN DE OPERACIONES

4.0. OBJETIVOS PLAN DE OPERACIONES

- Alcanzar un 80% de aprobación de la calidad de servicio por parte de los huéspedes a partir del primer año de funcionamiento.
- Disminuir el nivel de reclamos un 2% anual, respecto al año anterior.
- Aumentar el número de habitaciones disponibles desde el tercer año de funcionamiento hasta llegar a un total de 10 habitaciones.
- Disminuir los tiempos de espera en recepción con el fin de lograr que un 80% de los clientes serán atendidos en menos de 14 minutos desde su llegada al resort.

4.1 ASPECTOS TÉCNICOS DEL SERVICIO

4.1.1 Especificaciones técnicas

El proyecto consiste en la creación de un Resort que sea destacado como alternativa turística apto para las familias con sus mascotas específicamente caninos, en el cual puedan disfrutar ambos de las instalaciones que tendrá dicho espacio, ya sea en conjunto o por separado, ofreciendo no sólo descanso y esparcimiento, sino que también una momentos de entretenimiento, con un servicio exclusivo y único en el mercado.

El resort contará con una instalación de 2 pisos con una gran extensión de áreas verdes, piscinas, espacios multiuso, entre otras instalaciones detalladas en la tabla N°24, la construcción contará en el primer piso de 852.48 m² y en el segundo piso 1010.88 m², sostenido con pilares desde el primer piso, además de los mts² construidos en áreas externas, lo que incluye 3 piscinas, una cancha multiuso y estacionamientos. El complejo turístico tendrá en su totalidad un sistema de calefacción y aire acondicionado, según sean las necesidades del cliente, también va a contar con una propiedad de 1 hectárea ubicada en la comuna de Olmué, para poder disfrutar de la naturaleza.

Family Pets Resort además tendrá instalados paneles solares fotovoltaicos policristalinos con el sistema Ongrid, lo que permite ser amigable con el medio ambiente y tener un ahorro energético importante.

A continuación se detallan las Instalaciones con las que contará Family Pets Resort.

Tabla 24: Instalaciones del Resort.

Construcción	Medidas	Materiales
Piscina (dos piscina al aire libre y una temperada)	60 mts: 10x6 m. Profundidad: 1.10 m a 1.90 m. Murallas de 15 cm de espesor Losa de 15 cm de espesor	Hormigón, escalera redonda, cañería, skimmer, cañería pvc de toma de fondo y Malla Acma C-139

Gimnasio personas	6 x 7.5 m Altura 3.5 m. Total 45 m2.	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso de cerámica, 4 lámparas colgantes.
6 habitaciones suite doble con baño suite incluido	5 x 6 m. Altura 2.5 m. Total 30 m Baño: 1.7 x 2.5 m. Altura 2.5 m. Total: 4.25 m2	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, 3 lámparas colgantes, 2 lámparas de velador, 4 enchufes, piso de madera.
8 habitaciones suite doble más una cama individual, con baño suite incluido	7 x 6 m. Altura 2.5 m Total 42 m2 Baño: 1.7 x 2.5 m. Altura 2.5 m. Total: 4.25 m2	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, 4 lámparas colgantes, 3 lámparas de velador, 5 enchufes, piso de madera
4 habitaciones suite doble más 2 camas individuales, con baño suite incluido	7 x 6 m. Altura 2.5 m Total 42 m2 Baño: 1.7 x 2.5 m. Altura 2.5 m. Total: 4.25 m2	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, 4 lámparas colgantes, 4 lámparas de velador, 6 enchufes, piso de madera.
Kids Zone	7.5 x 6 m. Altura 3.5 m. Total 45 m2.	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso engomado anti-golpes, 3 lámparas colgantes, 3 enchufes.
Spa de personas	5 x 8 m. Altura 3.5 m. Total 40 m2.	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso de cerámica, 4 lámparas colgantes, 3 enchufes.
Multicancha	25 x 12 m. Total 300 m2. Básquetbol: El trazado del básquetbol, corresponde a	Cañerías de fierro de 2 ½" de diámetro, soldadura, hormigón, Postes de tenis y voleibol que serán tubos de

	una superficie de 10 x 20m. Baby- fútbol: trazado de 10x 18 m. para los	acero de 3" de diámetro por 3 mm de espesor, postes de cañería de fierro galvanizado, de 4" de diámetro y 8 mts de alto, proyectores de 400W
Bar, restaurant, y cafetería	14.4 x 11 m Altura 3.5 m. Total 158.4 m2.	Pisos de cerámica, hormigón, ladrillos, 10 lámparas colgantes
2 baños públicos	Baño 1: 7.5 x 4.8 m. Altura 3.5 m. Total 36 m2 Baño 2: 5 x 6.2 Altura 3.5 m. Total 36 m2	Materiales: construcción sólida, hormigón, piso de cerámica, 3 lámpara colgante y 3 en los espejos, sala de baño
Baño personal	3 x 5 m. Altura 3.5 m. Total 15 m2.	Materiales: construcción sólida, hormigón, piso de cerámica, 3 lámpara colgante y 3 en los espejos, sala de baño
Hall y recepción	5 x 4 Altura 3.5 m. Total 20 m2.	Construcción sólida, hormigón, ladrillos, piso de cerámica, 2 lámpara colgante, 3 enchufes.
Oficina Gerente General	3 x 4 m. Altura 3.5 m Total 12 m2	Construcción sólida, hormigón, ladrillos, piso de madera, 1 lámpara colgante, 2 enchufes.
Oficinas compartidas	6 x 4 m. Altura 3.5 m. Total 24 m2.	Construcción sólida, hormigón, ladrillos, piso de madera, 3 lámpara colgante, 6 enchufes
Cocina	5 x 5 m. Altura 3.5 m.	Construcción sólida, hormigón, ladrillos, piso de

	Total 25 m2.	cerámica, 2 lámpara colgante, 14 enchufes
Lavandería	5 x 5 m. Altura 3.5 m. Total 25 m2.	construcción sólida, hormigón, ladrillos, piso de cerámica, 2 lámpara colgante, 12 enchufes
Estacionamientos (capacidad de 50 autos: 2 para discapacitados y 4 para embarazadas)	Medida de un estacionamiento normal: 4.20 x 2.20 m. Estacionamientos discapacitados y embarazadas tiene una franja 1.10 m. extras.	Postes de fierro galvanizados, planchas de policarbonato, hormigón.
Bodegas (3 unidades: cocina, servicio de aseo y externa)	2.86 x 4.30 Altura 3.5 m2 Total 12.298 m2	construcción sólida, ladrillos, hormigón, una lámpara colgante
1 habitación con capacidad de 10 perros pequeños o medianos	5 x 8.2 m. Altura 3.5 m. Total 41 m2.	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso de cerámica lavable, 3 lámpara colgante.
1 habitaciones con capacidad 6 perros grandes.	5 x 9 Altura 3.5 Total: 45 m2.	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso de cerámica lavable, 4 lámpara colgante.
Gimnasio de perros	5 x 6 m Altura 3.5 m. Total 30 m2.	construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso de cerámica lavables, 3 lámpara colgante
Guardería perros	6 x 7.5 m. Altura 3.5 m. Total 45 m2.	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso de cerámica lavable, 4 lámpara colgante.
Spa de perros	6 x 5 m. Altura 3.5 m. Total 30 m2.	Construcción sólida, ladrillos, hormigón, piso de cerámica lavable, 4 lámpara colgante.

Paneles fotovoltaicos policristalinos (343 unidades)	Total 1.44 mts2: 1.80x 0.80 mts.	Se instalarán en el techo del resort abarcando un área total de 493.92 mts2
-------------------------------------------------------------	-------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

4.1.1 Marca del producto

El nombre de marca “ Family Pets Resort” tendrá como objetivo reflejar el nuevo concepto de entretenimiento en vacaciones en cual no deja de lado a la mascota, debido a que en la actualidad las mascotas forman parte de la familia y se debe considerar a la hora de decidir el destino de las vacaciones familiares.

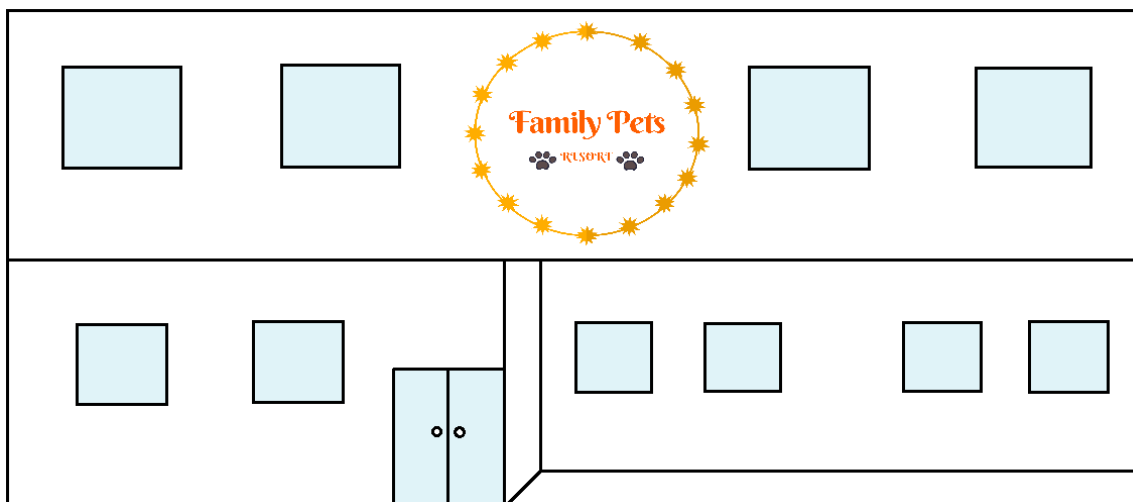
- Nombre: Family Pets Resort
- Logotipo:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 7: Logotipo

4.1.3. Características del envase



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8: Fachada exterior.

4.1.4. Distribución del servicio y lugar de fabricación

La distribución y canales del proyecto se realizarán de manera directa, y corresponderá al domicilio donde se ejecutarán las operaciones.

La dirección del Resort será, comuna de Olmué, paradero N°41, sector de Cajón Grande, Quinta Región, Chile.

4.1.5 Registros y permisos legales

Para la implementación y puesta en marcha del negocio se contratará un abogado que tendrá como función principal constituir la sociedad, y tramitar asuntos legales en la Municipalidad de Olmué.

4.2 Certificaciones de calidad

El resort va a buscar cumplir con las certificaciones ISO detalladas a continuación.

- ISO 9001 sobre Sistemas Gestión de la Calidad

Esta Norma consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos. Permite implantar el círculo de la mejora continua dentro de la empresa y a cumplir con la legislación vigente.

- ISO 14001 (Gestión del medioambiente)

Esta Norma está pensada para conseguir un equilibrio entre la rentabilidad y la reducción de impactos medioambientales, evitando multas. También ayuda a proporcionar un ahorro de costos con un uso más eficiente de los recursos naturales tales como la electricidad, el agua y el gas.

- ISO 22001 (Gestión alimentaria)

Para las empresas, y especialmente las turísticas, es altamente recomendable poder implantar sistemas basados en APPCC (Análisis de Puntos Críticos). El APPCC es un sistema de control que garantiza la vigilancia de los peligros de tipo microbiológico, físico o químico.

- Certificarse con el sello Q de Calidad Turística

Las empresas chilenas que deseen obtener su certificación deben estar registradas como servicio turístico ante el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), una condición obligatoria para muchas de las empresas que se dedican a este sector. Para poder obtener el sello, las empresas deberán cumplir con la normativa referente a su campo específico.

Cumplir con este sello trae las siguientes ventajas para el resort:

Mejora la imagen y prestigio de la empresa, que muestra su compromiso con la calidad.

Favorece la diferenciación y promueve la competitividad de la empresa. Aumenta el grado de satisfacción del cliente

Desarrolla una gestión empresarial más eficiente. Fomenta la motivación y el compromiso de los trabajadores. Incrementa y mejora la productividad.

Potencia la eficacia empresarial. Mejora el uso eficiente de los recursos y herramientas.

Promueve la mejora continua de los procesos. Contribuye a la promoción de la empresa, gracias al prestigio y popularidad del sello “Q”.

Los beneficios para los clientes son los siguientes:

Favorece la seguridad y aporta confianza del cliente. La obtención de este distintivo garantiza la calidad de la gestión empresarial, de los servicios prestados y de las instalaciones y equipamientos de la empresa, lo que ofrece tranquilidad y seguridad a los clientes.

Promueve la participación de los clientes, por medio de sistemas de encuestas y tratamiento de quejas y sugerencias, a través de los que recibe un feedback continuo que les permite mejorar.

Aumenta el grado de satisfacción del cliente. El cliente no sólo se siente escuchado y valorado, observa también como sus expectativas se cumplen y sus necesidades son cubiertas.

4.2. DETERMINACIÓN DE LA EMPRESA UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Family Pets Resort se va a ubicar en la Quinta Región, comuna de Olmué, paradero N°41, sector de Cajón Grande.



Fuente: Google Maps.

Figura 9: Localización del Resort

4.2.1. Proximidad con los clientes

Uno de los factores dominantes para operar con eficacia será la proximidad a los clientes, ya que es primordial establecer una ubicación estratégica para el correcto funcionamiento del resort, y Olmué es el lugar ideal debido a que se encuentra cerca de Santiago y de Viña del Mar, por cual es un punto medio de la Quinta Región y un lugar muy concurrido por el público objetivo seleccionado.

El enlace con la Región Metropolitana a través de la cuesta La Dormida, estandarizada hace menos de 18 años y el mejoramiento de la accesibilidad a la provincia de Valparaíso a través del Troncal Sur, ha permitido a la comuna ser un lugar de conexión entre la Región de Valparaíso y la Región Metropolitana

La comuna posee una superficie de 231,8 km² y una población de 14.105 habitantes, de los cuales son 6.966 mujeres y son 7.139 hombres. Olmué acoge al 0,92% de la población total de la región. Un 26,42% (3.726 habitantes) corresponde a población rural y un 73,58% (10.379 habitantes) a población urbana. (Subsecretaría de desarrollo regional y administrativo)

En la región de Valparaíso hay una población total de 1.815.902 y en la región Metropolitana hay un total de 7.112.808 personas, según el último Censo realizado en el país. Como se puede apreciar en las cifras la Zona Central cuenta con un gran número de potenciales clientes para Family Pets Resort.

4.2.2. Cercanía con los proveedores

Es fundamental encontrarse próximo a los proveedores, quienes suministrarán de servicios básicos, insumos, y seguridad. Olmué a pesar de ser una comuna que en su mayoría es rural, su ubicación es central, teniendo próximas ciudades como Quillota, Villa Alemana, Quilpué, entre otras, que ofrecen servicios de seguridad que el resort necesita, y respecto a los servicios básicos están cubiertos dentro de la comuna.

Dentro de la quinta región se encuentran más de 8 empresas que ofrecen el servicio de seguridad que el Resort necesita ya que externalizará esta área del negocio.



Fuente: Google Maps.

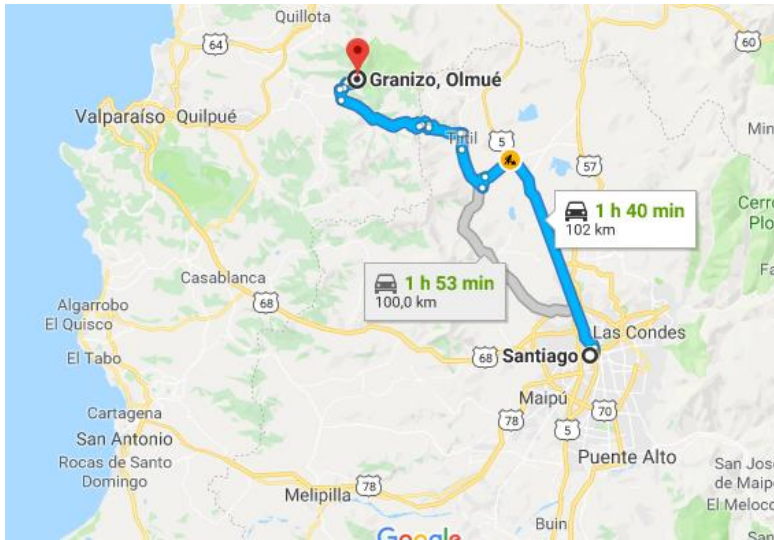
Figura 10: Proximidad a empresas de seguridad.

Acerca de los insumos que necesita Family Pets Resort, son principalmente los alimentos e insumo de aseo para la mantención de áreas internas y externas, la comuna de Olmué cuenta con el supermercado Unimarc, y en Limache que es la comuna más cercana, se encuentra el Supermercado Acuenta, Santa Isabel, Unimarc y Monserrat. Los cuales pueden ser los potenciales proveedores del Resort.

Respecto a los servicios básicos Olmué cuenta con 3 proveedores de agua potable, nombrados a continuación, Cooperativa Agua Potable el Granizo Ltda., Cooperativa Servicios Sanitarios Los Maitenes y ESVAL, por otro lado el proveedor de energía eléctrica existe solamente Chilquinta, pero para el proyecto no es relevante ya que contará con paneles solares con el sistema Ongrid, lo que va a permitir tener una independencia energética.

4.2.3. Acceso de clientes

El acceso para los clientes, es el adecuado, debido a que donde se va a establecer Family Pets Resort, está por el camino de acceso principal de Olmué, solamente deben seguir hacia donde se encuentra ubicada el reserva natural La Campana, lo cual permitirá tener un referencia respecto de cómo llegar al resort, siendo esto favorable para la compañía.



Fuente: Google Maps

Figura 11: Acceso de clientes desde Santiago



Fuente: Google Maps

Figura 12: Acceso a clientes desde Viña del Mar

4.2.4. Cercanía con organizaciones

Respecto a la cercanía con las organizaciones la Municipalidad de Olmué, para realizar los trámites correspondientes, se encuentra a solos 7 Minutos, según los cálculos que realiza Google Maps.

El servicio de Impuestos Internos más cercano, se encuentra en Quillota a 29, 5 Kms. de distancia.

La tenencia de Carabineros de Olmué tiene una distancia del Resort de 4.4. Kms. y respecto a Los Bomberos se encuentran a 5 Kms.

Finalmente el centro de salud primaria más cercano está a 4.9 Kms.

Como se puede apreciar las organizaciones más importantes se encuentran cercanas a la ubicación del Resort.

4.2.5. Facilidad de acceso a los servicios

En Olmué se encuentran todos los servicios básicos necesarios, dentro de los que encontramos el agua potable suministrada por Comité de Agua Potable Granizo ya que éste es más cercano a la ubicación, la luz a cargo de Chilquinta, la Municipalidad de Olmué en toda su comuna cuenta con servicio de retiro de la basura en ciertos días según el sector.

4.2.6. Disponibilidad de mano de obra

La comuna posee una superficie de 231,8 km² y una población de 14.105 habitantes, de los cuales son 6.966 mujeres y son 7.139 hombres. Olmué acoge al 0,92% de la población total de la región. Un 26,42% (3.726 habitantes) corresponde a población rural y un 73,58% (10.379 habitantes) a población urbana. (Olmué, SUBDERE, 2018)

La población de Olmué no es pequeña respecto a otras comunas de la región por lo que hay disponibilidad de mano de obra, además se debe considerar que Olmué es zona turística por lo que se podrá encontrar mano de obra especializada el rubro.

4.2.7. Marco Legal en la zona escogida

La norma orgánica de organización institucional, funciones generales y específicas de la comuna de Olmué, corresponde al Decreto Exento 0633 de fecha 11 de marzo de 2013 que aprueba el Reglamento de Estructura y Funciones de la institución. El artículo 4° de la citada norma, indica que la estructura de la Municipalidad se conformará con las siguientes unidades, las que dependerán de la Sra. Alcaldesa:

- Secretaría Municipal.
- Secretaría comunal de planificación.
- Dirección de Asesoría Jurídica y Control interno.
- Dirección de Administración y Finanzas.
- Dirección de Obras.
- Dirección de tránsito y transporte público.
- Dirección de Desarrollo Comunitario.
- Dirección de Educación.
- Dirección de Salud.

4.2.8. Apoyo fiscal

No existe.

4.2.9. Localización de los competidores

El turismo en Olmué ha crecido fuertemente en los últimos, la tasa de ocupabilidad de los servicios de hospedaje en temporada alta es de un 75% y durante todo el año es de un 40%, según cifras entregadas por Sernatur, lo cual ha convertido al turismo en una de las principales fuentes económicas para la comuna, debido a esto se han ido desarrollando una gran variedad de lugares que ofrecen servicios de alojamiento, spa, recreación, gastronomía, entre otros.

Dentro de los más reconocidos, encontramos los siguientes complejos y su respectiva distancia de la ubicación de Family Pets Resort:

- Rosa Agustina tiene 5 Kms. de distancia.
- Olmué Natura Lodge & Spa tiene de 5.5 kms. de distancia.
- Hostería El Copihue Olmué tiene 5 Kms. de distancia.
- Hostería Llano Real tiene 6.5 kms. de distancia.
- Las Montañas de Olmué tiene 400 Mts. de distancia.

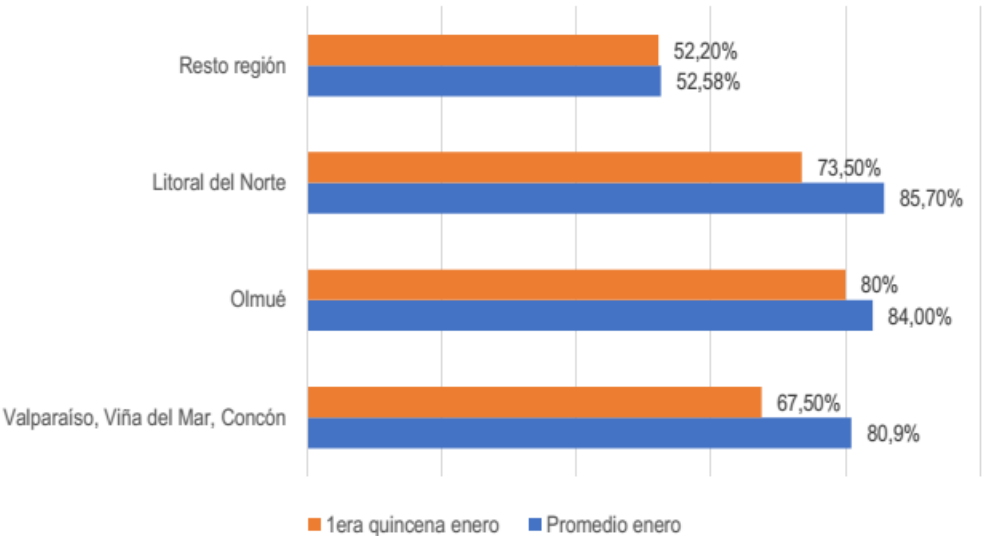
Según la estrategia de crear una masa crítica, que considera varias empresas competidores agrupadas en un lugar determinado, atraen a más clientes potenciales que podrían acudir a Family Pets Resort.

Si bien estos recintos ofrecen entretenimiento y relaxo en vacaciones, no existe ninguno que cumpla con la propuesta de valor que el proyecto propone, pese a que Rosa Agustina no tiene el servicio alojamiento y entretenimiento para mascotas, posee un convenio con Hostal Mascotas ubicado a solo 5 minutos de ellos, ya que en sus instalaciones no ofrece la posibilidad de compartir tanto dueños como mascotas en conjunto, lo que va a permitir a Family Pets Resort tener este factor diferenciador que entregará una ventaja competitiva por sobre la competencia.

4.2.10. Factores específicos del lugar

Respecto al nivel de actividad del comercio, Olmué se caracteriza por ser una comuna turística, ya que está ubicada la reserva natural La Campana la cual fue declarada por la ONU como reserva mundial de la biósfera, éste lugar es visitado por gran cantidad de turistas durante todo el año. Además la comuna cuenta con hermosas áreas verdes para que los clientes puedan disfrutar junto a sus mascotas.

Gráfica 7: Porcentaje de ocupabilidad en la quinta región en Enero 2018



Fuente: Departamento de Estudios – CRCP

Como bien se aprecia en la Gráfica 7, Olmué es una de las comunas que presenta las tasas más altas, logrando en promedio una ocupabilidad del 84% en Enero del 2018.

Dentro de las características que tiene la ciudad de Olmué, encontramos el cultivo de su veta folklórica, realizando una vez al año el “Festival del Huaso de Olmué”, en cual lleva más de 49 ediciones, y se realizan diferentes actividades folklóricas en la comuna que giran en torno a este certamen. Además ofrece amplias posibilidades a los amantes del deporte aventura, como trekking, excursiones a caballo y mountain bike, debido a la particular geografía de la comuna lo permite. El clima de Olmué es muy especial, y parecido al de California, se clasifica como cálido y templado. Los inviernos son más lluviosos que los veranos.

Las principales vías de acceso que existen para llegar a Olmué son las siguientes:

- 5 Norte vía La Calera.
- Ruta 68 vía desvío a Quilpué.
- 5 Norte vía cuesta La Dormida.
- Red Metro de Valparaíso, el cual tiene la combinación Bus+Metro hacia las diferentes localidades de la comuna.

4.3. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.

La compra de la propiedad será gestionada en Enero del año 2019, la construcción se va a realizar durante 10 meses, finalizando el proyecto en Octubre del 2019, se ha planificado que las operaciones del negocio comienzan en Enero 2020, con el propósito de aprovechar la temporada alta del turismo en Olmué.

El diseño de la infraestructura del proyecto se realizó en AutoCAD Supervisado por estudiante de quinto año de la Universidad Andrés Bello.

Finalmente, el equipamiento de Family Pets Resort se llevará a cabo en los meses de Octubre y diciembre del año 2019, a cargo de Gerente General, con colaboración del personal ya contratado en los meses previos.

4.3.1 Orden y supervisión

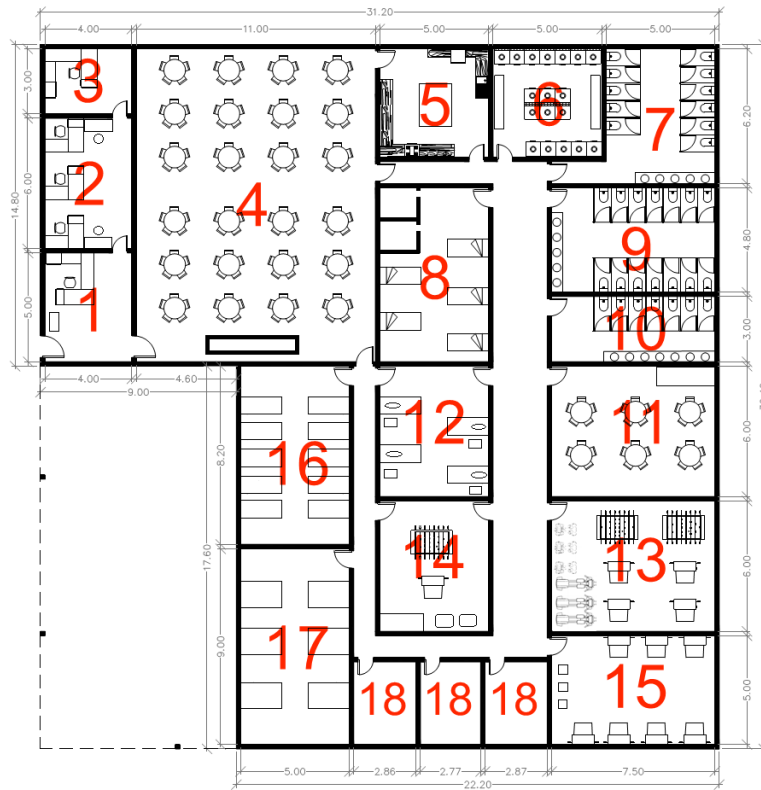
Se encuentran establecidos en las Figuras 13 y 14

4.3.2. Tiempos de Producción

En este proyecto no aplica ya que es un servicio el que se va a ofrecer

4.3.3. Circulación

Se encuentra establecido en las Figuras 13 y 14



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13: Layout primer nivel Family Pets Resort

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1 Recepción | 10 Baño personal |
| 2 Oficinas compartidas | 11 Kids Zone |
| 3 Oficina Gerente General | 12 Spa de mascotas |
| 4 Restaurant, bar y cafetería | 13 Gimnasio personas |
| 5 Cocina | 14 Gimnasio de mascotas |
| 6 Lavandería | 15 Guardería de mascotas |
| 7 Baño público | 16 Habitaciones perros de raza chicos y medianos |
| 8 Spa de personas | 17 Habitaciones perros de raza grande |
| 9 Baños públicos | 18 Bodegas |



Fuente: Elaboración Propia

Figura 14: Layout Segundo nivel Family Pets Resort

1 Habitación suite doble + 1 cama individual + baño suite

2 Habitación suite doble + 2 camas individuales + baño suite

3 Habitación doble + baño suite

4.3.4. Seguridad e higiene

Toda organización según el Código del Trabajo vigente en Chile debe tener un reglamento interno de higiene y seguridad el cual debe contener lo siguiente:

Obligaciones para los trabajadores, tales como:

- Uso correcto y cuidado de los elementos de protección personal (EPP).
- Conservación y buen uso de todo elemento, aparato o dispositivo destinado a la prevención de riesgos.
- Obligatoriedad de dar cuenta de cualquier síntoma de enfermedad profesional y de todo accidente que sufra.

De acuerdo con el Decreto Supremo N° 594 del Ministerio de Salud “Las dependencias de los establecimientos públicos o privados deberán contar con señalización visible y permanente en las zonas de peligro, indicando el agente y/o condición de riesgo, así como las vías de escape y zonas de seguridad ante emergencias”.

Family Pets Resort cumplirá con esta norma y tendrá las señales de seguridad correspondientes dentro de las que encontramos: Zona de Seguridad, Salida, Prohibido Fumar, No correr en los pasillos, piso húmedo, entre otras.

4.3.5. Flexibilidad

Respecto a la Flexibilidad, lo único que realizará Family Pets Resort, será la construcción de más habitaciones para poder recibir un mayor número de huéspedes.

4.4. Distribución Fija de las instalaciones

Los insumos necesarios para las operaciones de Family Pets Resort se van a ubicar en un solo lugar, al igual que los diferentes espacios que ofrece el complejo.

4.5. Proceso de producción del servicio

- Presentación del huésped y su canino:

El huésped asiste junto con su mascota al resort o bien puede realizar su reserva con anticipación por internet. **(8 minutos)**

- ¿Hay habitaciones disponibles?:

El empleado de recepción verificará en el registro la existencia, o no de habitaciones disponibles (**5 minutos**).

En caso de que no existan concluye el proceso (**1 minuto**).

Si hay habitaciones disponibles se procederá a registrar al huésped, quedando antes de acuerdo en el tipo de habitación que se asignará, el precio de la habitación, los días de estancia del huésped y los servicios complementarios que ofrece el resort.

- Registro del huésped con su mascota:

Se registra al huésped, quien llena la tarjeta de registro correspondiente, con sus datos personales y de su mascota, señalando los días de hospedaje, se garantiza el pago de su estancia mediante efectivo, sistema Transbank o transferencia bancaria. Además de lo anterior se debe dejar otro depósito, el cual puede ser efectivo o cheque en garantía por los daños que el huésped pudiera causar a las instalaciones del resort durante su estancia, dicha garantía se devuelve al término de la estancia del huésped, en caso de que no se hayan cometido daños a la infraestructura. (**15 minutos**)

- ¿Necesita habitación separada de su canino?

En el caso de que el huésped quiera tener a su canino en una habitación exclusiva para él deberá notificarlo para dejar el registro. En dichas habitaciones hay monitores que lo cuidarán y van a cubrir todas sus necesidades, el dueño no tendrá de qué preocuparse. (**5 minutos**)

- Asignación de la habitación y la entrega de llaves para el huésped y su canino:

Se asigna habitación al huésped y se le entregan las llaves de la habitación que ocupará durante su estancia, indicando la forma de llegar o bien designando a una persona para que lo guíe a su cuarto. (**6 minutos**)

- Estancia:

Durante la estancia se atenderán todos los requerimientos necesarios para satisfacer al cliente, y este podrá disfrutar de todos las actividades que ofrece el resort, tanto para con él como para su mascota. **(El tiempo dependerá de los días que se quede el huésped en las instalaciones de Family Pets Resort).**

- ¿El huésped y su canino quiere hospedarse más días?

En caso de que el huésped quiera utilizar la habitación más días de los especificados en el contrato deberá consultar con recepción si hay disponibilidad de cuartos, si existe la disponibilidad se seguirá el mismo proceso desde la actividad de registro del huésped. **(5 minuto)**

En caso de que no haya disposición de cuartos, o de que el cliente no requiera hospedarse un mayor número de días se procederá a la desocupación de la habitación. **(2 minuto)**

- Desocupación de la habitación

El huésped deberá desocupar la habitación el día pactado en el contrato a la hora determinada, de lo contrario se cobrará un día más. **(1 hora)**

- Registro de salida del huésped y su mascota

El huésped firma un registro de salida que incluye fecha y hora; se le devuelve la garantía en el caso de no existir daños. **(6 minutos)**

En caso contrario, se evalúan los daños y se hace uso de la garantía para cubrir éstos. **(6 minutos)**

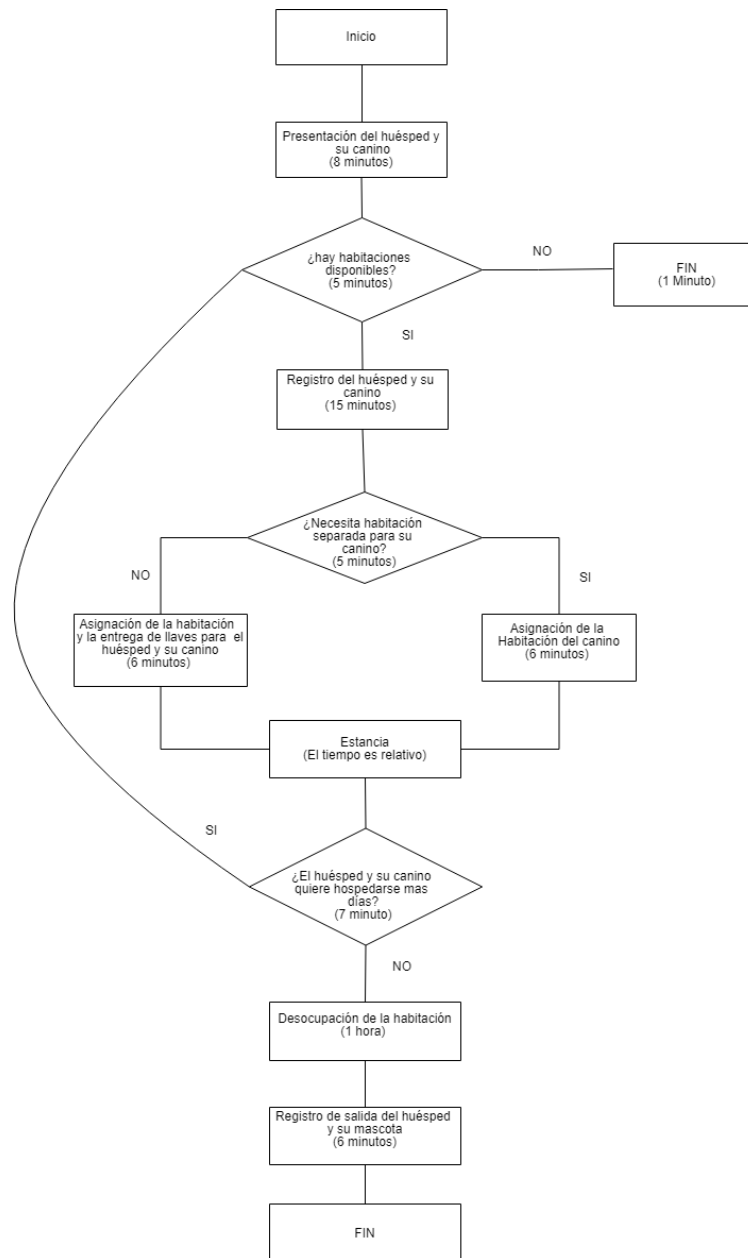
Nota.

El servicio de limpieza se lleva a cabo por las mañanas: una mucama realiza dicha limpieza, cambia sábanas, fundas, toallas, limpia o aspira el piso y cambia jabones y papel higiénico de los baños, tiende camas y deja lista la habitación para el arribo del cliente y su mascota. **(45 minutos)**

En las habitaciones de los caninos, se realiza una limpieza general (**30 minutos**).

Los caninos se alimentan 3 veces al día con profesionales especializado en el cuidado de animales (**10 minutos por cada vez que se alimenten**)

4.5.1. Flujo productivo



Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Flujo del proceso de servicio del Resort

4.6. Estándares de calidad

La prioridad competitiva de Family Pets Resort se basa en la calidad, ya que se espera entregar un servicio sobresaliente en el mercado, con un alto nivel de contacto con los clientes, altos niveles de cortesía, amabilidad con los huéspedes y sus mascotas, teniendo una disposición de los colaboradores con cumplir con todas las necesidades que los clientes requieran.

Como se mencionó en los objetivos operacionales, el cual dice lo siguiente: Alcanzar un 80% de aprobación de la calidad de servicio por parte de los huéspedes en el primer año de funcionamiento. Es fundamental establecer estándares de calidad que van a permitir al Resort cumplir con los objetivos propuestos en el proyecto.

4.6.1. Indicador de cumplimiento

Family Pets Resort va a medir el cumplimiento de sus servicios, a través de un cliente incógnito quien requerirá y participará en todos los servicios ofrecidos, con la finalidad de investigar como los colaboradores de la empresa están cumpliendo con sus funciones asignadas según la administración.

4.6.2. Indicadores de evaluación

Para medir el nivel de calidad del servicio se va a generar una encuesta de satisfacción al cliente la cual será de tipo cualitativo, lo que va a permitir levantar información que posteriormente ayudará a la administración a reflejar si sus colaboradores están cumpliendo con entregar un servicio de calidad a los huéspedes según los objetivos operacionales planteados.

Tabla 25: Encuesta de satisfacción.

1. ¿Cómo calificaría Family Pets Resort en los siguientes aspectos?						
Preguntas	Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente	No aplica
Atención al realizar su reservación						

Atención al registrarse en el Resort (Check-in)						
Limpieza y condiciones de las habitaciones						
Limpieza de los baños						
Limpieza en otras áreas del Resort						
Comodidad y confort de las habitaciones						
Servicio al cuarto						
Alimentos del restaurant						
Instalaciones del Restaurant						
Servicio del restaurant						
Servicios de Bar y cafetería						
Mantenimiento de piscinas						
Lavandería						
Precio						
Seguridad						
2. Agradecemos que responda lo siguiente						
Preguntas	Sí	No				
Volvería a hospedarse en Family pets Resort						
Recomendaría a Family Pets Resort						

Fuente: Elaboración Propia

4.6.3. Indicadores de eficiencia

Los colaboradores de Family Pets Resort, deberán cumplir con tareas diarias asignadas, en un tiempo determinado en el flujo de producción o según las instrucciones de sus jefes directos, los cuales también se encargaran de supervisar que se cumplan con los tiempos planificados por la administración.

4.6.4. Indicadores de eficacia

La forma en que se medirá la eficacia, será la siguiente, al final de cada jornada laboral, cada jefe encargado supervisará que los colaboradores haya realizados todos su trabajos asignados y que los huéspedes no tengan ninguna queja respecto al servicio entregado, y en el caso de existir algún tipo de reclamo se buscará la forma de solucionarlo lo más pronto posible.

4.6.5. Indicadores de gestión

La rotación de inventarios de la cocina e insumos de mantención respecto al aseo serán de forma semanal, comprándose todo lo necesario para abastecer la tasa de ocupabilidad de 40% del resort.

4.7. PRESUPUESTO DE OPERACIONES

Los costos operacionales corresponden a la suma de los siguientes costos: Publicidad, servicio de seguridad, gastos generales (Televisión satelital, Wifi, teléfono), capacitaciones, alimentación de personas, alimentación de perros, insumos de aseo, servicios básicos (agua, gas, y electricidad en menor medida ya que el resort va a contar con paneles solares que harán disminuir este costo), Insumos del spa de personas, canino, remuneraciones (Gerente General, Gerente de Marketing, Recepcionista, Encargado de reservaciones, Gerente de operaciones, Jefe de camareros, Jefe de Finanzas, Contador, Mucama, encargado de lavandería y planchado, Chef ejecutivo, cocinero, operario lavaplatos, barman, meseros, Jefe de Instalaciones externas, Veterinarios, salvavidas, jardineros ornamentales, Técnicos en veterinarios, Adiestrador de perros, masajistas, Encargado Mantención de instalaciones, Jefe de RRHH). Desde el primer año, estos costos se cubrirán con los ingresos del resort, además se debe considerar el pago de un préstamo para la construcción del resort, el cual se comenzará a pagar desde el primer año de operación de Family Pets Resort.

4.7.1. Cuantificación de la inversión inicial

Tabla 26: Detalle inversión inicial

INVERSION INICIAL	
DETALLE	PRECIO NETO
Estudio de suelo	\$ 1.292.816
Compra de la propiedad ⁵	\$ 130.000.000
Construcción del resort ⁶	\$ 1.275.553.305
Construcción de piscinas normales ⁷ (2 un)	\$ 13.752.180
Construcción Piscina temperada ⁸	\$ 45.453.024
Cancha multiuso ⁹ 300 mts ²	\$ 34.501.055
Equipamiento	\$ 58.164.100
Paneles solares fotovoltaicos	\$ 25.004.700
Instalación paneles solares	\$ 40.500.000
Patente municipal (comercial)	\$ 48.160
Patente de Alcohol	\$ 240.800
Registro de marca	\$ 145.059
Gastos administrativos	\$ 180.000
Inversión en áreas verdes y sistema de riego ¹⁰	\$ 37.500.000
TOTAL	\$ 1.662.335.199

Fuente: Elaboración propia.

⁵ <http://propiedadeszorba.cl/portal/?property=cod-572-1-hectarea-en-sector-cajon-grande-olmue>

⁶ Calculado según datos entregados por constructora Desco de 25 UF por metro cuadrado.

⁷ Véase anexo 7, detalle de la construcción

⁸ El cálculo se realizó según proporción con datos sacados del siguiente link

<http://redsanjoaquin.cl/index.php/2016/08/25/san-joaquin-tendra-piscina-temperada-semiolympica/>

⁹ Véase anexo 8: presupuesto de la construcción de la cancha multiuso se consideran 4,2 UF por metro cuadrado construido

¹⁰ Véase anexo 9

Cuantificación de la inversión en equipamiento para Family Pets Resort

Tabla 27: Equipamiento habitación suite doble + baño suite.

Habitación suite doble + baño suite							
Detalle	Cantidad Total	Precio Unitario	Precio Neto	Costo Total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Cama europea 2 plazas Smart + set Nápoles Cic	6	\$439.000	\$355.590	\$2.133.540	Easy	7	\$304.791
Alfombra 133x190 cm Jakarta Dib	6	\$25.000	\$20.250	\$121.500	Easy	3	\$40.500
Almohada americana 233 Extra Rosen	24	\$10.000	\$8.100	\$194.400	Easy	3	\$64.800
Caja fuerte electrónica 16,3 litros Home negro Yale	6	\$65.000	\$52.650	\$315.900	Easy	10	\$31.590
Colgador cromado plastificado Cotidiana	120	\$2.790	\$2.260	\$271.188	Easy	3	\$90.396
Clóset 3 puertas chocolate Cic	6	\$56.990	\$46.162	\$276.971	Easy	7	\$39.567
Cortina concordia 140x220 cm crudo Jovial	13	\$12.990	\$10.522	\$136.785	Easy	3	\$45.595
Cuadro Hoja rectangular 50x25 cm Homy	12	2990	\$2.422	\$29.063	Sodimac	3	\$9.688
Quilt Lilac 2 plaza American Family	6	25000	\$20.250	\$121.500	Easy	3	\$40.500
Frazada 2 plazas Premium Campolindo	12	7990	\$6.472	\$77.663	Easy	3	\$25.888
Frigobar 66 litros celsius MMB 71B Mademsa	6	69990	\$56.692	\$340.151	Easy	9	\$37.795
Lámpara colgar 1L E27 Clásico blanco Abitare	12	9990	\$8.092	\$97.103	Easy	3	\$32.368
Lámpara de mesa 23,5 cm 60 W	12	4990	\$4.042	\$48.503	Easy	3	\$16.168
Papelero pedal 3 litros cromado Conceptlighting	6	3500	\$2.835	\$17.010	Easy	3	\$5.670
Juego sábanas 2 plazas A print Cotidiana	6	12990	\$10.522	\$63.131	Easy	3	\$21.044
Teléfono alámbrico temporis 25 Alcatel	6	11990	\$9.712	\$58.271	Easy	10	\$5.827
Secador de pelo Gama Potenza	6	\$9.990	\$8.092	\$48.551	Ripley	9	\$5.395
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	6	\$169.990	\$137.692	\$826.151	Falabella	10	\$82.615
LED LG 55UK6200 55"	6	349990	\$283.492	\$1.700.951	Ripley	6	\$283.492
Juego de 4 Toallas 450 G	6	7990	\$6.472	\$38.831	Ripley	3	\$12.944
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	6	\$12.971	\$10.507	\$63.039	amenitieschile	3	\$21.013
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	6	\$12.971	\$10.507	\$63.039	amenitieschile	3	\$21.013
Dispensador de Jabón Sky 360	6	\$6.902	\$5.591	\$33.544	amenitieschile	3	\$11.181
TOTAL				\$7.076.787			\$1.249.838

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28: Equipamiento habitación suite doble + 1 cama individual + baño suite.

Habitación suite doble + 1 cama individual+ baño suite							
Detalle	Cantidad Total	Precio Unitario	Precio Neto	Costo Total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Cama europea 2 plazas Smart + set Nápoles Cic	8	\$439.000	\$355.590	\$2.844.720	Easy	7	\$406.389
Cama 1,5 plazas Ergo T + set Ferrara Rosen	8	\$250.000	\$202.500	\$1.620.000	Easy	7	\$231.429
Alfombra 133x190 cm Jakarta Dib	16	\$25.000	\$20.250	\$324.000	Easy	3	\$108.000
Almohada americana 233 Extra Rosen	48	\$10.000	\$8.100	\$388.800	Easy	3	\$129.600
Caja fuerte electrónica 16,3 litros Home negro Yale	8	\$65.000	\$52.650	\$421.200	Easy	10	\$42.120
Colgador cromado plastificado Cotidiana	200	\$2.790	\$2.260	\$451.980	Easy	3	\$150.660
Clóset 3 puertas chocolate Cic	16	\$56.990	\$46.162	\$738.590	Easy	7	\$105.513
Cortina concordia 140x220 cm crudo Jovial	26	\$12.990	\$10.522	\$273.569	Easy	3	\$91.190
Cuadro Hoja rectangular 50x25 cm Homy	16	2990	\$2.422	\$38.750	Sodimac	3	\$12.917
Quilt Lilac 2 plaza American Family	16	25000	\$20.250	\$324.000	Easy	3	\$108.000
Frazada 2 plazas Premium Campolindo	32	7990	\$6.472	\$207.101	Easy	3	\$69.034
Frigobar 66 litros celsius MMB 71B Mademsa	8	69990	\$56.692	\$453.535	Easy	9	\$50.393
Lámpara colgar 1L E27 Clásico blanco Abitare	24	9990	\$8.092	\$194.206	Easy	3	\$64.735
Lámpara de mesa 23,5 cm 60 W	24	4990	\$4.042	\$97.006	Easy	3	\$32.335
Papelero pedal 3 litros cromado Conceptlighting	16	3500	\$2.835	\$45.360	Easy	3	\$15.120
Juego sábanas 2 plazas A print Cotidiana	16	12990	\$10.522	\$168.350	Easy	3	\$56.117
Teléfono alámbrico temporis 25 Alcatel	16	11990	\$9.712	\$155.390	Easy	10	\$15.539
Secador de pelo Gama Potenza	8	\$9.990	\$8.092	\$64.735	Ripley	9	\$7.193
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	8	\$169.990	\$137.692	\$1.101.535	Falabella	10	\$110.154
LED LG 55UK6200 55"	8	349990	\$283.492	\$2.267.935	Ripley	6	\$377.989
Juego de 4 Toallas 450 G	8	7990	\$6.472	\$51.775	Ripley	3	\$17.258
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	8	\$12.971	\$10.507	\$84.052	amenitieschile	3	\$28.017
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	8	\$12.971	\$10.507	\$84.052	amenitieschile	3	\$28.017
Dispensador de Jabón Sky 360	8	\$6.902	\$5.591	\$44.725	amenitieschile	3	\$14.908
TOTAL				\$12.445.368			\$2.272.626

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 29: Equipamiento suite doble + 2 cama individuales + baño suite.

Habitación suite doble + 2 cama individual+ baño suite							
Detalle	Cantidad Total	Precio Unitario	Precio Neto	Costo Total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Cama europea 2 plazas Smart + set Nápoles Cic	4	\$439.000	\$355.590	\$1.422.360	Easy	7	\$203.194
Cama 1,5 plazas Ergo T + set Ferrara Rosen	8	\$250.000	\$202.500	\$1.620.000	Easy	7	\$231.429
Alfombra 133x190 cm Jakarta Dib	8	\$25.000	\$20.250	\$162.000	Easy	3	\$54.000
Almohada americana 233 Extra Rosen	32	\$10.000	\$8.100	\$259.200	Easy	3	\$86.400
Caja fuerte electrónica 16,3 litros Home negro Yale	4	\$65.000	\$52.650	\$210.600	Easy	10	\$21.060
Colgador cromado plastificado Cotidiana	100	\$2.790	\$2.260	\$225.990	Easy	3	\$75.330
Clóset 3 puertas chocolate Cic	8	\$56.990	\$46.162	\$369.295	Easy	7	\$52.756
Cortina concordia 140x220 cm crudo Jovial	14	\$12.990	\$10.522	\$147.307	Easy	3	\$49.102
Cuadro Hoja rectangular 50x25 cm Homy	8	2990	\$2.422	\$19.375	Sodimac	3	\$6.458
Quilt Lilac 2 plaza American Family	8	25000	\$20.250	\$162.000	Easy	3	\$54.000
Frazada 2 plazas Premium Campolindo	16	7990	\$6.472	\$103.550	Easy	3	\$34.517
Frigobar 66 litros celsius MMB 71B Mademsa	8	69990	\$56.692	\$453.535	Easy	9	\$50.393
Lámpara colgar 1L E27 Clásico blanco Abitare	12	9990	\$8.092	\$97.103	Easy	3	\$32.368
Lámpara de mesa 23,5 cm 60 W	16	4990	\$4.042	\$64.670	Easy	3	\$21.557
Papelero pedal 3 litros cromado Conceptlighting	8	3500	\$2.835	\$22.680	Easy	3	\$7.560
Juego sábanas 2 plazas A print Cotidiana	8	12990	\$10.522	\$84.175	Easy	3	\$28.058
Teléfono alámbrico temporis 25 Alcatel	8	11990	\$9.712	\$77.695	Easy	10	\$7.770
Secador de pelo Gama Potenza	4	\$9.990	\$8.092	\$32.368	Ripley	9	\$3.596
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	4	\$169.990	\$137.692	\$550.768	Falabella	10	\$55.077
LED LG 55UK6200 55"	4	349990	\$283.492	\$1.133.968	Ripley	6	\$188.995
Juego de 4 Toallas 450 G	4	7990	\$6.472	\$25.888	Ripley	3	\$8.629
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	4	\$12.971	\$10.507	\$42.026	amenitieschile	3	\$14.009
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	4	\$12.971	\$10.507	\$42.026	amenitieschile	3	\$14.009
Dispensador de Jabón Sky 360	4	\$6.902	\$5.591	\$22.362	amenitieschile	3	\$7.454
TOTAL				\$7.350.941			\$1.307.720

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30: Equipamiento recepción.

Recepción							
Detalle	Cantidad	Precio	Precio Neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	1	\$169.990	\$137.692	\$137.692	Falabella	10	\$13.769
Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre rovere/blanco TuHome	1	\$59.990	\$48.592	\$59.990	Easy	5	\$11.998
All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	1	\$249.990	\$202.492	\$249.990	Paris	6	\$41.665
Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asentí	1	\$29.990	\$24.292	\$29.990	Sodimac	5	\$5.998
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	1	\$6.990	\$5.662	\$6.990	Sodimac	3	\$2.330
Teléfono MOTO700B negro Motorola	1	\$11.990	\$9.712	\$11.990	Sodimac	10	\$1.199
Sofá Javiera 3 cuerpos 205x71x73 cm beige Homy	1	\$179.990	\$145.792	\$179.990	Sodimac	5	\$35.998
TOTAL				\$676.632			\$112.957

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31: Equipamiento oficinas compartidas.

Oficinas compartidas							
Detalle	Cantidad	Precio	Precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	1	\$169.990	\$137.692	\$137.692	Falabella	10	\$13.769
Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre rovere/blanco TuHome	5	\$59.990	\$48.592	\$242.960	Easy	5	\$48.592
All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	5	\$249.990	\$202.492	\$1.012.460	Paris	6	\$168.743
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$6.990	\$5.662	\$16.986	Sodimac	5	\$3.397
Impresora Multifunción Monocromática Workcentre	2	\$296.990	\$240.562	\$481.124	Xerox	3	\$160.375
Teléfono MOTO700B negro Motorola	5	\$11.990	\$9.712	\$48.560	Sodimac	10	\$4.856
Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asentí	5	\$29.990	\$24.292	\$121.460	Sodimac	5	\$24.292
TOTAL				\$2.061.239			\$424.024

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32: Equipamiento oficina Gerente General.

Oficina Gerente General							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre rovere/blanco TuHome	1	\$59.990	\$48.592	\$48.592	Easy	5	\$9.718
All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	1	\$249.990	\$202.492	\$202.492	Paris	10	\$20.249
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	1	\$6.990	\$5.662	\$5.662	Sodimac	3	\$1.887
Teléfono MOTO700B negro Motorola	1	\$11.990	\$9.712	\$9.712	Sodimac	10	\$971
Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asentí	1	\$29.990	\$24.292	\$24.292	Sodimac	5	\$4.858
TOTAL				\$290.750			\$37.684

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 33: Equipamiento bar, restaurant y cafetería.

Bar, restaurant y cafetería							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	2	\$169.990	\$137.692	\$275.384	Falabella	9	\$30.598
Juego de comedor Casa Ideal Bremen / 4 sillas	24	\$115.000	\$93.150	\$2.235.600	Hites	5	\$447.120
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	10	\$6.990	\$5.662	\$56.619	Sodimac	3	\$18.873
Piso bar 67x39x46 cm negro Asenti	4	\$18.350	\$14.864	\$59.454	Sodimac	5	\$11.891
TOTAL				\$2.627.057			\$508.482

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34: Equipamiento cocina.

Cocina							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	1	\$169.990	\$137.692	\$137.692	Falabella	10	\$13.769
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	2	\$6.990	\$5.662	\$11.324	Sodimac	3	\$3.775
Refrigerador side by side 719 litros inox General Electric	3	\$699.990	\$566.992	\$1.700.976	Sodimac	9	\$188.997
Freezer Horizontal Sindelen 200 Litros SFH 200BL	3	\$139.990	\$113.392	\$340.176	Abcdin	9	\$37.797
Horno Oster 42 Litros Puerta Francesa	4	\$89.990	\$72.892	\$291.568	Abcdin	9	\$32.396
Microondas Midea Mirror Plus 25 Litros	4	\$69.990	\$56.692	\$226.768	Ripley	9	\$25.196
Batidora Thomas TH - 900PR	3	\$79.990	\$64.792	\$194.376	La Polar	9	\$21.597
Licuada Ursus Trotter UT-METALLEK705	4	\$39.990	\$32.392	\$129.568	Ripley	9	\$14.396
Encimera vitrocerámica 4 quemadores VTCM negro Teka	2	\$209.990	\$170.092	\$340.184	Easy	9	\$37.798
Juego cozi-pasta acero inoxidable Ø 30cm	2	\$149.000	\$120.690	\$241.380	Tramontina store	3	\$80.460
Olla para spaghetti con fondo triple acero inoxidable Ø 24cm	2	\$89.990	\$72.892	\$145.784	Tramontina store	3	\$48.595
Cubiertos acero inoxidable	600	\$800	\$648	\$388.800	Tramontina store	3	\$129.600
Plato 24 cm bajo evolution Luminarc	150	\$990	\$802	\$120.285	Easy	3	\$40.095
Taza te evolution Luminarc	150	\$1.290	\$1.045	\$156.735	Easy	3	\$52.245
Plato 22 cm hondo evolution Luminarc	150	\$1.990	\$1.612	\$241.785	Easy	3	\$80.595
Plato pan 19,5 cm evolution Luminarc	150	\$990	\$802	\$120.285	Easy	3	\$40.095
Platillo te evolución Luminarc	150	\$990	\$802	\$120.285	Easy	3	\$40.095
Vasos 345 ml Cotidiana	150	\$168	\$136	\$20.412	Easy	3	\$6.804
TOTAL				\$4.928.380			\$894.307

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35: Equipamiento lavandería.

Lavandería							
Detalle	Cantidad	Precio	Precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	2	\$6.990	\$5.662	\$11.324	Sodimac	3	\$3.775
Lavadora Fensa Impressive 20 SZ	12	\$229.990	\$186.292	\$2.235.503	Ripley	9	\$248.389
Secadora Mabe SME17R8MSDCT0	6	\$399.990	\$323.992	\$1.943.951	Ripley	9	\$215.995
TOTAL				\$4.190.778			\$468.158

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36: Equipamiento baños del personal.

Baños del personal							
Detalle	Cantidad	Precio	Precio Neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Papelero 3 litros Blanco Just Home Collection	7	\$4.500	\$3.645	\$25.515	Sodimac	3	\$8.505
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$6.990	\$5.662	\$16.986	Sodimac	3	\$5.662
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	7	\$12.971	\$10.507	\$73.546	amenitieschile	3	\$24.515
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	1	\$12.971	\$10.507	\$10.507	amenitieschile	3	\$3.502
Dispensador de Jabón Sky 360	1	\$6.902	\$5.591	\$5.591	amenitieschile	3	\$1.864
TOTAL				\$132.143			\$44.048

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37: Equipamiento baños públicos.

Baños públicos							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Papelero 3 litros Blanco Just Home Collection	25	\$4.500	\$3.645	\$91.125	Sodimac	3	\$30.375
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$6.990	\$5.662	\$16.986	Sodimac	3	\$5.662
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	25	\$12.971	\$10.507	\$262.663	amenitieschile	3	\$87.554
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	4	\$12.971	\$10.507	\$42.026	amenitieschile	3	\$14.009
Dispensador de Jabón Sky 360	4	\$6.902	\$5.591	\$22.362	amenitieschile	3	\$7.454
TOTAL				\$435.162			\$145.054

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38: Equipamiento spa de personas.

Spa de personas							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$6.990	\$5.662	\$22.648	Sodimac	3	\$7.549
Calentador de cera depilatoria doble 6kg con filtro profesional	5	\$89.990	\$72.892	\$364.460	Beauty Store Chile	4	\$91.115
Sauna	2	\$1.500.000	\$1.215.000	\$2.430.000	harvia	6	\$405.000
Kit Olla Calentador De Piedras Calientes + Piedras	1	\$120.990	\$98.002	\$98.002	Cosmeticaval	3	\$32.667
Carro 3 niveles 83x46x38 cm Colorful blanco M+Design	5	\$19.990	\$16.192	\$80.960	Easy	3	\$26.987
Camilla Portátil Avalon	5	\$140.000	\$113.400	\$567.000	Mundo masaje	7	\$81.000
TOTAL				\$3.563.069			\$644.318

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39: Equipamiento Kids Zone.

Kids Zone							
Detalle	Cantidad	Precio	Precio Neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$6.990	\$5.662	\$16.986	Sodimac	3	\$5.662
Mesa de plástico y sillas niños escuela	6	\$58.789	\$47.619	\$285.715	Aliexpress	3	\$95.238
Organizador juguetes 80x28x80 cm Talbo	4	\$69.990	\$56.692	\$226.768	Sodimac	3	\$75.589
Auto triciclo para niños	4	\$18.887	\$15.298	\$61.194	Aliexpress	3	\$20.398
TOTAL				\$590.662			\$196.887

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 40: Equipamiento gimnasio de mascotas.

Gimnasio de mascotas							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$6.990	\$5.662	\$22.648	Sodimac	3	\$7.549
Bolas de goma interactivas de juguete	20	\$2.000	\$1.620	\$32.400	Aliexpress	3	\$10.800
Transer mascota suministro perro juguetes	50	\$700	\$567	\$28.350	Aliexpress	3	\$9.450
Cuenco para perros BIBSS de viaje cuencos de comida	10	\$1.200	\$972	\$9.720	Aliexpress	3	\$3.240
Pelotas de ejercicio	5	\$9.500	\$7.695	\$38.475	Aliexpress	3	\$12.825
Juegos ejercicio equipo de entrenamiento barrera	4	\$17.700	\$14.337	\$57.348	Aliexpress	3	\$19.116
Gimnasio inflable	2	\$360.000	\$291.600	\$583.200	Aliexpress	3	\$194.400
Baño Sanitario Ecológico Perros	2	\$8.490	\$6.877	\$13.754	Ripley	3	\$4.585
TOTAL				\$785.894			\$261.965

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 41: Equipamiento spa de mascotas.

Spa de mascotas							
Detalle	Cantidad	Precio	Precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Cuerdas de amarre de perros	10	\$2.000	\$1.620	\$16.200	Aliexpress	3	\$5.400
Secador de pelo Gama Potencia	4	\$9.990	\$8.092	\$32.368	Falabella	4	\$8.092
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$6.990	\$5.662	\$22.648	Sodimac	3	\$7.549
Baño Sanitario Ecologico Perros	2	\$8.490	\$6.877	\$13.754	Ripley	3	\$4.585
Máquina ANDIS AGC2 - ULTRAEDGE NARANJA	4	\$192.500	\$155.925	\$623.700	la casa del peluquero cani	3	\$207.900
Ferplast Cortauñas Gro 5987 mascotas	4	\$10.190	\$8.254	\$33.016	miscota	3	\$11.005
Bifull Toalla Microfibra Wetout Pack10Unds para mascotas	1	\$23.804	\$19.281	\$19.281	miscota	3	\$6.427
Bifull Delantal Decorado Burdeos	8	\$8.571	\$6.943	\$55.540	miscota	3	\$18.513
TOTAL				\$816.506			\$269.471

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 42: Equipamiento gimnasio de personas.

Gimnasio de personas							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$6.990	\$5.662	\$22.648	Sodimac	3	\$7.549
Abductor / Aductor V8	1	\$1.399.990	\$1.133.992	\$1.133.992	Pesas Chile	5	\$226.798
Trotadora Obelix GT7 Touch	4	\$1.599.990	\$1.295.992	\$5.183.968	Pesas Chile	5	\$1.036.794
Elíptica Stepper Light Obelix	3	\$699.990	\$566.992	\$1.700.976	Pesas Chile	5	\$340.195
Bicicleta SP2 PROmachine	3	\$179.990	\$145.792	\$437.376	Pesas Chile	5	\$87.475
Dominada / Fondo Asistida MO	1	\$1.299.990	\$1.052.992	\$1.052.992	Pesas Chile	5	\$210.598
TOTAL				\$9.531.950			\$1.909.410

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43: Equipamiento guardería de mascotas.

Guardería de mascotas							
Detalle	Cantidad	Precio	Precio Neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$6.990	\$5.662	\$22.648	Sodimac	3	\$7.549
Bolas de goma interactivas de juguete	20	\$2.000	\$1.620	\$32.400	Aliexpress	3	\$10.800
Transer mascota suministro perro juguetes	50	\$700	\$567	\$28.350	Aliexpress	3	\$9.450
Cuenco para perros BIBSS de viaje	10	\$1.200	\$972	\$9.720	Aliexpress	3	\$3.240
Cuerdas de amarre de perros	5	\$2.000	\$1.620	\$8.100	Aliexpress	3	\$2.700
Baño Sanitario Ecológico Perros	3	\$8.490	\$6.877	\$20.631	Ripley	3	\$6.877
TOTAL				\$121.848			\$40.616

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44: Equipamiento habitaciones perros de raza chica y mediana.

Habitaciones perros de raza chicos y medianos							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$6.990	\$5.662	\$16.986	Sodimac	3	\$5.662
Baño Sanitario Ecológico Perros	10	\$8.490	\$6.877	\$68.769	Ripley	3	\$22.923
TOTAL				\$85.755			\$28.585

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45: Equipamiento habitaciones perros raza grande.

Habitaciones perros de raza grande							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$6.990	\$5.662	\$22.648	Sodimac	3	\$7.549
Baño Sanitario Ecológico Perros	6	\$8.490	\$6.877	\$41.261	Ripley	3	\$13.754
TOTAL				\$63.909			\$21.303

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46: Equipamiento bodegas.

Bodega 1-2-3							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$6.990	\$5.662	\$16.986	Sodimac	3	\$5.662
TOTAL				\$16.986			\$5.662

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 47: Equipamiento del jardín

Insumo del jardín							
Detalle	Cantidad	Precio	precio neto	Costo total	Tienda	Vida útil	Depreciación
Orilladora eléctrica 600 W Black & Decker	1	\$ 26.990	\$ 21.862	\$21.862	Sodimac	11	\$1.987
Cortacésped eléctrico 1200 W Black & Decker	1	\$ 54.630	\$ 44.250	\$44.250	Sodimac	11	\$4.023
Carretilla acero 90 litros Alemany	2	\$ 27.990	\$ 22.672	\$45.344	Sodimac	15	\$3.023
Pala punta de hueso acero Lioi	2	\$ 5.490	\$ 4.447	\$8.894	Sodimac	3	\$2.965
Rastrillo 14 dientes de metal Negro Tramontina	2	\$ 5.990	\$ 4.852	\$9.704	Sodimac	3	\$3.235
Barrehojas plástico 18 x 20 cm Ergo	2	\$ 6.890	\$ 5.581	\$11.162	Sodimac	3	\$3.721
Kit de herramientas de jardín de acero 3 piezas naranja Tramontina	2	\$ 4.190	\$ 3.394	\$6.788	Sodimac	3	\$2.263
Pulverizador manual 15 litros blanco Shimaha	2	\$ 39.990	\$ 32.392	\$64.784	Sodimac	8	\$8.098
Tijera bypass para jardín de acero verde Ergo	2	\$ 5.990	\$ 4.852	\$9.704	Sodimac	3	\$3.235
Tijerón para jardín de aluminio negro Ergo	2	\$ 6.990	\$ 5.662	\$11.324	Sodimac	3	\$3.775
Limpia piscina 64,7x21,5x13 cm azul Pool Blaster	2	\$ 59.990	\$ 48.592	\$97.184	Sodimac	8	\$12.148
Salvavidas piscina Baico	3	\$ 16.990	\$ 13.762	\$41.286	Sodimac	3	\$13.762
TOTAL				\$372.284			\$62.233

Fuente: Elaboración propia.

4.7.2. Detalle de Costos Fijos Operacionales

Tabla 48: Costos fijos operacionales.

Costos Fijos operacionales												
Gastos generales (TV, WIFI, Teléfono)	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000	-\$200.000
Servicio de seguridad Outsourcing	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000	-\$1.200.000
Administración y ventas												
Capacitaciones del personal				-\$1.000.000								
Software administrativo y sitio web	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000	-\$85.000
Pantallas led (RM)	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000	-\$1.650.000
Redes sociales	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000	-\$30.000
letreros publicitarios camineros	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000	-\$1.250.000
Patente municipal	-\$48.160											
Patente de alcohol	-\$240.800											
Gasto fiesta anual de colaboradores												-\$4.220.000
Remuneraciones												
Gerente General	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000	-\$1.970.000
Jefe de RRHH	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099	-\$1.170.099
Gerente de Marketing	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616	-\$1.424.616
Gerente de operaciones	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356	-\$1.853.356
Jefe de Finanzas	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398	-\$933.398
Recepcionista	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745	-\$944.745
Encargado de reservaciones	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256	-\$994.256
Jefe de Instalaciones externas	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408	-\$781.408
jardineros ornamentales	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000	-\$915.000
salvavidas	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214	-\$3.509.214
Chef ejecutivo	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000	-\$1.340.000
cocinero	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630	-\$839.630
barman	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362	-\$1.141.362
meseros	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222	-\$6.613.222
operario lavaplatos	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670	-\$1.220.670
Veterinarios	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675	-\$4.395.675
Técnicos en veterinarios	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084	-\$2.151.084
Jefe de camareros	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515	-\$762.515
encargado de lavandería y planchado	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215	-\$911.215
Mucama	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730	-\$4.723.730
Adiestrador de perros	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164	-\$2.457.164
masajistas	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555	-\$2.859.555
Contador	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730	-\$1.303.730

Fuente: Elaboración propia.

4.7.3. Detalle de los Costos Variables Operacionales

Tabla 49: Costos variables operacionales.

Costos Variables operaciones													
Insumos de alimentación de personas	-\$ 39.911.239	-\$ 41.703.172	-\$ 33.069.312	-\$ 31.114.476	-\$ 26.471.740	-\$ 26.227.386	-\$ 30.625.767	-\$ 29.974.155	-\$ 30.625.767	-\$ 34.372.536	-\$ 35.594.309	-\$ 31.521.734	
Insumos de alimentación de perros	-\$ 1.436.805	-\$ 1.501.314	-\$ 1.190.495	-\$ 1.120.121	-\$ 952.983	-\$ 944.186	-\$ 1.102.528	-\$ 1.079.070	-\$ 1.102.528	-\$ 1.237.411	-\$ 1.281.395	-\$ 1.134.782	
Insumos de aseo	-\$ 23.946.743	-\$ 25.021.903	-\$ 19.841.587	-\$ 18.668.686	-\$ 15.883.044	-\$ 15.736.431	-\$ 18.375.460	-\$ 17.984.493	-\$ 18.375.460	-\$ 20.623.522	-\$ 21.356.585	-\$ 18.913.040	
Servicios básicos	-\$ 5.427.929	-\$ 5.671.631	-\$ 4.497.426	-\$ 4.231.569	-\$ 3.600.157	-\$ 3.566.924	-\$ 4.165.104	-\$ 4.076.485	-\$ 4.165.104	-\$ 4.674.665	-\$ 4.840.826	-\$ 4.286.956	
Publicidad	-\$ 798.225	-\$ 834.063	-\$ 661.386	-\$ 622.290	-\$ 529.435	-\$ 524.548	-\$ 612.515	-\$ 599.483	-\$ 612.515	-\$ 687.451	-\$ 711.886	-\$ 630.435	
Insumos spa (personas y mascotas)	-\$ 1.596.449,56	-\$ 1.668.126,89	-\$ 1.322.772,49	-\$ 1.244.579,05	-\$ 1.058.869,61	-\$ 1.049.095,43	-\$ 1.225.030,68	-\$ 1.198.966,20	-\$ 1.225.030,68	-\$ 1.374.901,46	-\$ 1.423.772,36	-\$ 1.260.869,35	

Fuente: Elaboración propia.

4.8. ADMINISTRACION DE INVENTARIOS

A partir de la información del proyecto, respecto a la inversión inicial en equipamiento para Family Pets Resort, se estimó relevante llevar a cabo un proceso de administración de inventario del equipamiento con que contará el Resort, con la finalidad de tener un mayor control en la administración.

4.8.1. Inventarios Altos

Se mantendrán inventarios altos para no correr el riesgo de quedar sin insumos para poder satisfacer todas las necesidades de los clientes de forma óptima.

4.8.2. Tipo de Inventario

Family Pets Resort, utilizará inventarios de seguridad, lo cual evitará tener problemas en el servicio al cliente y ahorrarse costos ocultos de no contar con los componentes necesarios, y de esta forma se protege con la incertidumbre de la demanda.

Tabla 50: Control de inventario de equipamiento habitaciones.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Habitaciones											
05-10-2019	Easy	Cama europea 2 plazas Smart + set Nápoles Cic	18	\$ 355.590	\$ 6.400.620						
05-10-2019	Easy	Cama 1,5 plazas Ergo T + set Ferrara Rosen	16	\$ 202.500	\$ 3.240.000						
05-10-2019	Easy	Alfombra 133x190 cm Jakarta Dib	30	\$ 20.250	\$ 607.500						
05-10-2019	Easy	Almohada americana 233 Extra Rosen	104	\$ 8.100	\$ 842.400						
05-10-2019	Easy	Caja fuerte electrónica 16,3 litros Home negro Yale	18	\$ 52.650	\$ 947.700						
05-10-2019	Easy	Colgador cromado plastificado Cotidiana	420	\$ 2.260	\$ 949.158						
05-10-2019	Easy	Clóset 3 puertas chocolate Cic	30	\$ 46.162	\$ 1.384.857						
05-10-2019	Easy	Cortina concordia 140x220 cm crudo Jovial	53	\$ 10.522	\$ 557.661						
05-10-2019	Sodimac	Cuadro Hoja rectangular 50x25 cm Homy	36	\$ 2.422	\$ 87.188						
05-10-2019	Easy	Quilt Lilac 2 plaza American Family	30	\$ 20.250	\$ 607.500						
05-10-2019	Easy	Frazada 2 plazas Premium Campolindo	60	\$ 6.472	\$ 388.314						
05-10-2019	Easy	Frigobar 66 litros celsius MMB 71B Mademsa	22	\$ 56.692	\$ 1.247.222						
05-10-2019	Easy	Lámpara colgar 1L E27 Clásico blanco Abitare	48	\$ 8.092	\$ 388.411						
05-10-2019	Easy	Lámpara de mesa 23,5 cm 60 W	52	\$ 4.042	\$ 210.179						
05-10-2019	Easy	Papelero pedal 3 litros cromado Conceptlighting	30	\$ 2.835	\$ 85.050						
05-10-2019	Easy	Juego sábanas 2 plazas A print Cotidiana	30	\$ 10.522	\$ 315.657						
05-10-2019	Easy	Teléfono alámbrico temporis 25 Alcatel	30	\$ 9.712	\$ 291.357						
05-10-2019	Ripley	Secador de pelo Gama Potenza	18	\$ 8.092	\$ 145.654						
05-10-2019	Falabella	Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	18	\$ 137.692	\$ 2.478.454						
05-10-2019	Ripley	LED LG 55UK6200 55"	18	\$ 283.492	\$ 5.102.854						
05-10-2019	Ripley	Juego de 4 Toallas 450 G	18	\$ 6.472	\$ 116.494						
05-10-2019	amenitieschile	Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	18	\$ 10.507	\$ 189.117						
05-10-2019	amenitieschile	Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	18	\$ 10.507	\$ 189.117						
05-10-2019	amenitieschile	Dispensador de Jabón Sky 360	18	\$ 5.591	\$ 100.631						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51: Control de inventario de equipamiento recepción.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Recepción											
05-10-2019	Falabella	Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	1	\$ 137.692	\$ 137.692						
05-10-2019	Easy	Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre	1	\$ 48.592	\$ 48.592						
05-10-2019	Paris	All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	1	\$ 202.492	\$ 202.492						
05-10-2019	Sodimac	Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asenti	1	\$ 24.292	\$ 24.292						
05-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	1	\$ 5.662	\$ 5.662						
05-10-2019	Sodimac	Teléfono MOTO700B negro Motorola	1	\$ 9.712	\$ 9.712						
05-10-2019	Sodimac	Sofá Javiere 3 cuerpos 205x71x73 cm beige Homy	1	\$ 145.792	\$ 145.792						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 52: Control de inventario de equipamiento oficinas compartidas.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Oficinas Compartidas											
05-10-2019	Falabella	Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	1	\$ 137.692	\$ 137.692						
05-10-2019	Easy	Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre	5	\$ 48.592	\$ 242.960						
05-10-2019	Paris	All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	5	\$ 202.492	\$ 1.012.460						
05-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$ 5.662	\$ 16.986						
05-10-2019	Xerox	Impresora Multifunción Monocromática Workcentre	2	\$ 240.562	\$ 481.124						
05-10-2019	Sodimac	Teléfono MOTO700B negro Motorola	5	\$ 9.712	\$ 48.560						
05-10-2019	Sodimac	Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asenti	5	\$ 24.292	\$ 121.460						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 53: Control de inventario de equipamiento oficina Gerente General.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Oficina Gerente General											
05-10-2019	Easy	Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre	1	\$ 48.592	\$ 48.592						
05-10-2019	Paris	All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	1	\$ 202.492	\$ 202.492						
05-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	1	\$ 5.662	\$ 5.662						
05-10-2019	Sodimac	Teléfono MOTO700B negro Motorola	1	\$ 9.712	\$ 9.712						
05-10-2019	Sodimac	Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asenti	1	\$ 24.292	\$ 24.292						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 54: Control de inventario de equipamiento restaurant, bar y cafetería.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Restaurant, bar y cafetería											
15-10-2019	Falabella	Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frío y Calor	2	\$ 137.692	\$ 275.384						
15-10-2019	Hites	Juego de comedor Casa Ideal Bremen / 4 sillas	24	\$ 93.150	\$ 2.235.600						
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	10	\$ 5.662	\$ 56.619						
15-10-2019	Sodimac	Piso bar 67x39x46 cm negro Asenti	4	\$ 14.864	\$ 59.454						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 55: Control de inventario de equipamiento cocina.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Restaurant, bar y cafetería											
15-10-2019	Falabella	Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	1	\$ 137.692	\$ 137.692						
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	2	\$ 5.662	\$ 11.324						
15-10-2019	Sodimac	Refrigerador side by side 719 litros inox General Electric	3	\$ 566.992	\$ 1.700.976						
15-10-2019	Abccdin	Freezer Horizontal Sindelen 200 Litros SFH 200BL	3	\$ 113.392	\$ 340.176						
15-10-2019	Abccdin	Horno Oster 42 Litros Puerta Francesa	4	\$ 72.892	\$ 291.568						
15-10-2019	Ripley	Microondas Midea Mirror Plus 25 Litros	4	\$ 56.692	\$ 226.768						
15-10-2019	La Polar	Batidora Thomas TH - 900PR	3	\$ 64.792	\$ 194.376						
15-10-2019	Ripley	Licuada Ursus Trotter UT-METALLEK705	4	\$ 32.392	\$ 129.568						
15-10-2019	Easy	Encimera vitrocerámica 4 quemadores VTCM negro Teka	2	\$ 170.092	\$ 340.184						
15-10-2019	Tramontina store	Juego cozi-pasta acero inoxidable Ø 30cm	2	\$ 120.690	\$ 241.380						
15-10-2019	Tramontina store	Olla para spaghetti con fondo triple acero inoxidable Ø 24cm	2	\$ 72.892	\$ 145.784						
15-10-2019	Tramontina store	Cubiertos acero inoxidable	600	\$ 648	\$ 388.800						
15-10-2019	Easy	Plato 24 cm bajo evolution Luminarc	150	\$ 802	\$ 120.285						
15-10-2019	Easy	Taza te evolution Luminarc	150	\$ 1.045	\$ 156.735						
15-10-2019	Easy	Plato 22 cm hondo evolution Luminarc	150	\$ 1.612	\$ 241.785						
15-10-2019	Easy	Plato pan 19,5 cm evolution Luminarc	150	\$ 802	\$ 120.285						
15-10-2019	Easy	Platillo te evolución Luminarc	150	\$ 802	\$ 120.285						
15-10-2019	Easy	Vasos 345 ml Cotidiana	150	\$ 136	\$ 20.412						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 56: Control de inventario de equipamiento lavandería.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Lavandería											
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	2	\$ 5.662	\$ 11.324						
15-10-2019	Ripley	Lavadora Fensa Impressive 20 SZ	12	\$ 186.292	\$ 2.235.503						
15-10-2019	Ripley	Secadora Mabe SME17R8MSDCT0	6	\$ 323.992	\$ 1.943.951						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 57: Control de inventario de equipamiento baños personal.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Baños Personal											
15-10-2019	Sodimac	Papelero 3 litros Blanco Just Home Collection	7	\$ 3.645	\$ 25.515						
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$ 5.662	\$ 16.986						
15-10-2019	amentieschile	Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	7	\$ 10.507	\$ 73.546						
15-10-2019	amentieschile	Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	1	\$ 10.507	\$ 10.507						
15-10-2019	amentieschile	Dispensador de Jabón Sky 360	1	\$ 5.591	\$ 5.591						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 58: Control de inventario de equipamiento baños públicos.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Baños Públicos											
15-10-2019	Sodimac	Papelero 3 litros Blanco Just Home Collection	25	\$ 3.645	\$ 91.125						
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$ 5.662	\$ 16.986						
15-10-2019	amenitieschile	Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	25	\$ 10.507	\$ 262.663						
15-10-2019	amenitieschile	Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	4	\$ 10.507	\$ 42.026						
15-10-2019	amenitieschile	Dispensador de Jabón Sky 360	4	\$ 5.591	\$ 22.362						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 59: Control de inventario de equipamiento spa de personas.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Spa de personas											
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$ 5.662	\$ 22.648						
15-10-2019	Beauty Store Chile	Calentador de cera depilatoria doble 6kg con filtro profesional	5	\$ 72.892	\$ 364.460						
15-10-2019	harvia	Sauna	2	\$ 1.215.000	\$ 2.430.000						
15-10-2019	Cosmeticaval	Kit Olla Calentador De Piedras Calientes + Piedras	1	\$ 98.002	\$ 98.002						
15-10-2019	Easy	Carro 3 niveles 83x46x38 cm Colorful blanco M+Design	5	\$ 16.192	\$ 80.960						
15-10-2019	Mundo masaje	Camilla Portátil Avalon	5	\$ 113.400	\$ 567.000						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 60: Control de inventario de equipamiento Kids Zone.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Kids Zone											
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$ 5.662	\$ 16.986						
15-10-2019	Aliexpress	Mesa de plástico y sillas niños escuela	6	\$ 47.619	\$ 285.715						
15-10-2019	Sodimac	Organizador juguetes 80x28x80 cm Talbo	4	\$ 56.692	\$ 226.768						
15-10-2019	Aliexpress	Auto triciclo para niños	4	\$ 15.298	\$ 61.194						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 61: Control de inventario de equipamiento gimnasio de mascotas.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Gimnasio de mascotas											
15-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$ 5.662	\$ 22.648						
15-10-2019	Aliexpress	Bolas de goma interactivas de juguete	20	\$ 1.620	\$ 32.400						
15-10-2019	Aliexpress	Transer mascota suministro perro juguetes	50	\$ 567	\$ 28.350						
15-10-2019	Aliexpress	Cuenco para perros BIBSS de viaje cuencos de comida	10	\$ 972	\$ 9.720						
15-10-2019	Aliexpress	Pelotas de ejercicio	5	\$ 7.695	\$ 38.475						
15-10-2019	Aliexpress	Juegos ejercicio equipo de entrenamiento barrera	4	\$ 14.337	\$ 57.348						
15-10-2019	Aliexpress	Gimnasio inflable	2	\$ 291.600	\$ 583.200						
15-10-2019	Ripley	Baño Sanitario Ecológico Perros	2	\$ 6.877	\$ 13.754						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 62: Control de inventario de equipamiento spa de mascotas.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Spa de mascotas											
25-10-2019	Aliexpress	Cuerdas de amarre de perros	10	\$ 2.000	\$ 1.620						
25-10-2019	Falabella	Secador de pelo Gama Potenza	4	\$ 9.990	\$ 8.092						
25-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$ 6.990	\$ 5.662						
25-10-2019	Ripley	Baño Sanitario Ecologico Perros	2	\$ 8.490	\$ 6.877						
25-10-2019	la casa del peluquero	Máquina ANDIS AGC2 - ULTRAEDGE NARANJA	4	\$ 192.500	\$ 155.925						
25-10-2019	miscota	Ferplast Cortauñas Gro 5987 mascotas	4	\$ 10.190	\$ 8.254						
25-10-2019	miscota	Bifull Toalla Microfibra Wetout Pack10Unds para mascotas	1	\$ 23.804	\$ 19.281						
25-10-2019	miscota	Bifull Delantal Decorado Burdeos	8	\$ 8.571	\$ 6.943						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 63: Control de inventario de equipamiento gimnasio de personas.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Gimnasio de personas											
25-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$ 5.662	\$ 22.648						
25-10-2019	Pesas Chile	Abductor / Aductor V8	1	\$ 1.133.992	\$ 1.133.992						
25-10-2019	Pesas Chile	Trotadora Obelix GT7 Touch	4	\$ 1.295.992	\$ 5.183.968						
25-10-2019	Pesas Chile	Elíptica Stepper Light Obelix	3	\$ 566.992	\$ 1.700.976						
25-10-2019	Pesas Chile	Bicicleta SP2 PROMachine	3	\$ 145.792	\$ 437.376						
25-10-2019	Pesas Chile	Dominada / Fondo Asistida MO	1	\$ 1.052.992	\$ 1.052.992						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 64: Control de inventario de equipamiento guardería de mascotas.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Guardería de mascotas											
25-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$5.662	\$22.648						
25-10-2019	Aliexpress	Bolas de goma interactivas de juguete	20	\$1.620	\$32.400						
25-10-2019	Aliexpress	Transer mascota suministro perro juguetes	50	\$567	\$28.350						
25-10-2019	Aliexpress	Cuenco para perros BIBSS de viaje	10	\$972	\$9.720						
25-10-2019	Aliexpress	Cuerdas de amarre de perros	5	\$1.620	\$8.100						
25-10-2019	Ripley	Baño Sanitario Ecológico Perros	3	\$6.877	\$20.631						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 65: Control de inventario de equipamiento habitaciones de perro raza pequeña y mediana.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Habitaciones de perro raza pequeña y mediana											
25-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$5.662	\$16.986						
25-10-2019	Ripley	Baño Sanitario Ecológico Perros	10	\$6.877	\$68.769						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 66: Control de inventario de equipamiento jardinería.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Jardinería											
25-10-2019	Sodimac	Orilladora eléctrica 600 W Black & Decker	1	\$ 21.862	\$21.862						
25-10-2019	Sodimac	Cortacésped eléctrico 1200 W Black & Decker	1	\$ 44.250	\$44.250						
25-10-2019	Sodimac	Carretilla acero 90 litros Alemany	2	\$ 22.672	\$45.344						
25-10-2019	Sodimac	Pala punta de huevo acero Lioi	2	\$ 4.447	\$8.894						
25-10-2019	Sodimac	Rastrillo 14 dientes de metal Negro Tramontina	2	\$ 4.852	\$9.704						
25-10-2019	Sodimac	Barrehojas plástico 18 x 20 cm Ergo	2	\$ 5.581	\$11.162						
25-10-2019	Sodimac	Kit de herramientas de jardín de acero 3 piezas naranja Tramontina	2	\$ 3.394	\$6.788						
25-10-2019	Sodimac	Pulverizador manual 15 litros blanco Shimaha	2	\$ 32.392	\$64.784						
25-10-2019	Sodimac	Tijera bypass para jardín de acero verde Ergo	2	\$ 4.852	\$9.704						
25-10-2019	Sodimac	Tijerón para jardín de aluminio negro Ergo	2	\$ 5.662	\$11.324						
25-10-2019	Sodimac	Limpia piscina 64,7x21,5x13 cm azul Pool Blaster	2	\$ 48.592	\$97.184						
25-10-2019	Sodimac	Salvavidas piscina Baico	3	\$ 13.762	\$41.286						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 67: Control de Inventario de mantenimiento interno.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Mantenición de instalaciones internas											
05-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Plumero Electrostático	10	\$ 527	\$ 5.265						
05-12-2019	Walmart- Lider	Paños De Cocina Krea Set 2 unid, Diseño	10	\$ 2.422	\$ 24.219						
05-12-2019	Walmart- Lider	Limpiador en crema Frosch 500 ml, lavanda	12	\$ 2.422	\$ 29.063						
05-12-2019	Walmart- Lider	Cif, Limpia Vidrios y superficies delicadas Multiuso Recarga90	12	\$ 1.531	\$ 18.371						
05-12-2019	Walmart- Lider	Cif, Limpiador Antigrasa Cocina Gatillo500 cc	12	\$ 1.661	\$ 19.926						
05-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Limpia Pisos Primavera Bidón4 L	5	\$ 2.665	\$ 13.325						
05-12-2019	Walmart- Lider	Acuenta, Lavalozas Limón Bidón5 L	5	\$ 1.823	\$ 9.113						
05-12-2019	Walmart- Lider	Drive, Detergente Líquido Perfect Results Botella3 L	5	\$ 8.902	\$ 44.510						
05-12-2019	Walmart- Lider	Soft, Suavizante para la Ropa Soft Diluido Clasico5 L	5	\$ 5.581	\$ 27.905						
05-12-2019	Walmart- Lider	Cif, Limpiador Cloro Gel Tradicional Botella900 ml	10	\$ 1.256	\$ 12.555						
05-12-2019	Walmart- Lider	Clorinda, Cloro Concentrado Botella4 L	5	\$ 1.823	\$ 9.113						
05-12-2019	Walmart- Lider	Lysiform, Limpiador Inodoro Original Botella500 ml	10	\$ 1.531	\$ 15.309						
05-12-2019	Walmart- Lider	Acuenta, Cepillo para WC	10	\$ 1.175	\$ 11.745						
05-12-2019	Walmart- Lider	Glade, Pastilla para Estanque Campos de Lavanda Caja25 g	15	\$ 632	\$ 9.477						
05-12-2019	Walmart- Lider	Glade, Desodorante Ambiental Limón Refrescante Lata360 cc	10	\$ 770	\$ 7.695						
05-12-2019	Walmart- Lider	Acuenta, Sopapo	10	\$ 1.531	\$ 15.309						
05-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Bolsa de Basura 70 x 90 cm Mediana10 Un	10	\$ 640	\$ 6.399						
05-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Destapa Cañerías Bidón1 L	5	\$ 1.288	\$ 6.440						
05-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Guantes de Látex Multiuso Medianos Bolsa2 Un	10	\$ 810	\$ 8.100						
05-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Esponja Clásica4 Un	5	\$ 527	\$ 2.633						
05-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Paño Esponja Natural Bolsa6 Un	5	\$ 1.499	\$ 7.493						
05-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Mopa con Mango	10	\$ 4.204	\$ 42.039						
05-12-2019	Walmart- Lider	Clorinda, Escobillón Multiuso Grande	10	\$ 2.017	\$ 20.169						
05-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Pala Con Mango Fijo Virutex1 Un	10	\$ 1.742	\$ 17.415						
05-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Esponja Inoxidable con Mango	10	\$ 802	\$ 8.019						
05-12-2019	Walmart- Lider	Copihue, Fósforos de Seguridad5 Un	15	\$ 527	\$ 7.898						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 68: Control de Inventarios mantención externa.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Mantenición de instalaciones externas											
05-12-2019	Sodimac	Jockey legionario desmontable Ergo	2	\$ 3.232	\$ 6.464						
05-12-2019	Sodimac	Guante multipropósito polycotton Redline	2	\$ 802	\$ 1.604						
05-12-2019	Sodimac	Mascarilla medio rostro 3M	2	\$ 14.005	\$ 28.010						
05-12-2019	Sodimac	Overol con cinta reflectante talla XL azul Redline	2	\$ 7.120	\$ 14.240						
05-12-2019	Sodimac	Buzo Gold Guard blanco XL Gold Guard	2	\$ 2.098	\$ 4.196						
05-12-2019	Sodimac	Malla profunda para limpiar piscina Stinger	2	\$ 18.622	\$ 37.244						
05-12-2019	Sodimac	Cloro líquido para piscinas 10 litros bidón Humboldt	5	\$ 4.042	\$ 20.210						
05-12-2019	Sodimac	Alguicida para piscinas 1 litro bidón Humboldt	5	\$ 2.422	\$ 12.110						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 69: Control de Inventario insumos para los baños.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Insumos de los baños											
15-12-2019	amenitieschile	Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	33	\$10.507	\$346.715						
15-12-2019	amenitieschile	Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	21	\$10.507	\$220.637						
15-12-2019	amenitieschile	Dispensador de Jabón Sky 360	21	\$5.591	\$117.403						
15-12-2019	amenitieschile	Papel Toalla Jumbo Alta Resistencia (pack 2 un)	22	\$9.446	\$207.817						
15-12-2019	amenitieschile	Papel Higiénico Pack 6 Rollos de 500 mts. c/u	22	\$13.302	\$292.640						
15-12-2019	amenitieschile	Jabón Líquido Bidón de 5 litros	2	\$6.265	\$12.531						
15-12-2019	amenitieschile	Shampoo 30ml. - CITRUS (paquete de 300 un)	300	\$103	\$30.861						
15-12-2019	amenitieschile	Acondicionador 30ml. - CITRUS	300	\$120	\$35.964						
15-12-2019	amenitieschile	Jabón en Barra 20 gr. - CITRUS (caja 500 un)	500	\$79	\$39.285						
15-12-2019	amenitieschile	Gel de Ducha 30ml. - CITRUS	300	\$103	\$30.861						
15-12-2019	amenitieschile	Crema Humectante 30ml. - CITRUS	300	\$120	\$35.964						
15-12-2019	amenitieschile	Gorra de Baño - GENÉRICO	1000	\$77	\$76.950						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 70: Control de inventarios de equipamiento habitaciones perros raza grande.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Habitaciones de perro raza grande											
25-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$5.662	\$22.648						
25-10-2019	Ripley	Baño Sanitario Ecológico Perros	6	\$6.877	\$41.261						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 71: Control de inventarios insumos del spa de personas y mascotas

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Bodegas											
25-10-2019	Sodimac	Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$5.662	\$16.986						

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 72: Control de inventarios insumos del spa de personas y mascotas.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Insumos para el spa de personas y mascotas											
15-12-2019	insumestetic	ACEITE DE MASAJE AROMA ALMENDRA 1 LITRO	1	\$7.023	\$7.023						
15-12-2019	insumestetic	ACEITE DE MASAJE AROMA LIMÓN 1 LITRO	1	\$7.023	\$7.023						
15-12-2019	insumestetic	ACEITE DESCONTRACTURANTE MORELAX 230 ML	3	\$10.935	\$32.805						
15-12-2019	insumestetic	ACEITE DE MASAJE AROMA LAVANDA 1 LITRO	1	\$7.023	\$7.023						
15-12-2019	insumestetic	BARRO TERMAL 1 KILO	1	\$4.536	\$4.536						
15-12-2019	insumestetic	CREMA DE MASAJE 500 GRAMOS	2	\$11.664	\$23.328						
15-12-2019	insumestetic	CREMA DE MASAJE LIPOREDUCTORA 500 GRAMOS	2	\$5.832	\$11.664						
15-12-2019	insumestetic	SALES TERMALES PARA PIES 100 GRAMOS	5	\$802	\$4.010						
15-12-2019	VITASTORE	Chocolate 1L	2	\$12.142	\$24.284						
15-12-2019	la casa del peluqu	Shampoo PSH para Cachorros 500cc	2	\$5.427	\$10.854						
15-12-2019	la casa del peluqu	Acondicionador Vitalizante PSH para caninos 1L	1	\$7.290	\$7.290						
15-12-2019	la casa del peluqu	Shampoo PSH Repelente con Andiroba de caninos- HOME 50	2	\$5.427	\$10.854						
15-12-2019	la casa del peluqu	Perfume SIR DOG 80 ml	4	\$5.265	\$21.060						
15-12-2019	la casa del peluqu	Mascarilla de Colágeno De perros PSH 1K	1	\$17.010	\$17.010						
15-12-2019	la casa del peluqu	Máquina ANDIS AGC2 - ULTRAEDGE NARANJA	3	\$155.925	\$467.775						
15-12-2019	la casa del peluqu	Limpiador de Ojos PSH 250 ml	2	\$6.480	\$12.960						
15-12-2019	drymivvet	Exfoliante para mascotas 25 GRS	30	\$2.835	\$85.050						
15-12-2019	miscota	PSH Champú para Antisebórrico de Algas Marinas para mas	1	\$9.956	\$9.956						
15-12-2019	miscota	Ferplast Cortauñas Gro 5987 mascotas	3	\$8.254	\$24.762						
15-12-2019	miscota	3 Claveles Lima Cristal Decorada 20 Cm para mascotas	3	\$7.226	\$21.678						
15-12-2019	miscota	Bifull Toalla Microfibra Wetout Pack10Unds para mascotas	1	\$19.281	\$19.281						
15-12-2019	miscota	Bifull Delantal Decorado Burdeos	3	\$6.943	\$20.828						

Fuente: Elaboración propia.

Además, se entregarán pautas de formatos de inventario en modalidad FIFO para toda la mercadería que se estime necesaria para abastecer Family Pets Resort por el personal encargado de cocina.

Todos los inventarios los controlará el Gerente General. Éste será semanal, siempre y cuando no haya ninguna dificultad, de lo contrario se podrá acceder a estos en plazos menores de tiempo.

En suma, se contará con inventario de activos fijos, mantenimiento interno, mantenimiento externo, insumos para los baños, y mercadería.

Tabla 73: Insumos de cocina, cafetería y bar.

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Insumos de cocina, cafetería y bar											
25-12-2019	Walmart- Lider	Super Cerdo, Lomo Centro de Cerdo Display 1 kg	20	\$4.447	\$88.938						
25-12-2020	Walmart- Lider	Palta, Palta Hass Malla 1 Kg	35	\$2.422	\$84.767						
25-12-2021	Walmart- Lider	Angelmo, Atún Lomito en Aceite Lata 170 g	35	\$753	\$26.366						
25-12-2022	Walmart- Lider	Gourmet, Orégano Entero Bolsa 50 g	10	\$446	\$4.455						
25-12-2023	Walmart- Lider	Gourmet, Mix de Pimientas Frasco 43 g	10	\$2.665	\$26.649						
25-12-2024	Walmart- Lider	Gourmet, Aliño Completo Bolsa 100 g	10	\$561	\$5.608						
25-12-2025	Walmart- Lider	Lider, Aceite de Oliva Extra Virgen Bidón 3 L	3	\$10.433	\$31.298						
25-12-2026	Walmart- Lider	Gourmet, Canela Molida Bolsa 15 g	10	\$243	\$2.430						
25-12-2023	Walmart- Lider	Tomates, Tomates Quillota Granel 1 Kg	35	\$1.013	\$35.438						
25-12-2024	Walmart- Lider	Lechuga, Lechuga Escarola Unidad 1 Un	50	\$640	\$31.995						
25-12-2025	Walmart- Lider	Hellmann's, Mayonesa Doypack 744 g	5	\$1.069	\$5.346						
25-12-2026	Walmart- Lider	Hellmann's, Ketchup Doypack 1 Kg	5	\$1.596	\$7.979						
25-12-2027	Walmart- Lider	Don Juan, Aji Chileno en Crema Bolsa 1 Kg	5	\$932	\$4.658						
25-12-2028	Walmart- Lider	JB, Mostaza Bolsa 1000 g	5	\$1.150	\$5.751						
25-12-2029	Walmart- Lider	PF, Jamón Colonial Display 125 g	50	\$810	\$40.500						
25-12-2030	Walmart- Lider	Quilque, Queso Laminado Mantecoso-Maduro Resellable 500	12	\$2.827	\$33.923						
25-12-2031	Walmart- Lider	Royal, Polvos de Hornear Caja 250 g	1	\$1.094	\$1.094						
25-12-2031	Walmart- Lider	Selecta, Harina sin Polvos de Hornear 10 Kg	1	\$6.180	\$6.180						
25-12-2032	Walmart- Lider	Lider, Huevos Extra Blanco Bandeja 20 Un	43	\$2.503	\$107.625						
25-12-2033	Walmart- Lider	Lider, Aceite 100% Maravilla Botella 1 L	10	\$810	\$8.100						
25-12-2034	Walmart- Lider	Manteca 1 kilo	28	\$1.742	\$48.762						
25-12-2035	Walmart- Lider	Lider, Camarón Pelado Extra Grande Bolsa 500 g	16	\$6.472	\$103.550						
25-12-2036	Walmart- Lider	Punta Ganso, Black Beef 2 K	10	\$16.184	\$161.838						
25-12-2037	Walmart- Lider	Cebolla, Cebolla Granel 1 Kg	30	\$770	\$23.085						
25-12-2038	Walmart- Lider	Marco Polo, Pasas Rubias Bolsa 100 g	10	\$575	\$5.751						
25-12-2039	Walmart- Lider	Lider, Aceituna Azapa Bolsa 330 g	10	\$932	\$9.315						
25-12-2040	Walmart- Lider	Carozzi, Fideos Cabellos de Ángel Bolsa 400 g	5	\$559	\$2.795						
25-12-2041	Walmart- Lider	Lobos, Sal de Mesa 1 Kg	5	\$284	\$1.418						
25-12-2042	Walmart- Lider	Lider, Filetes de Corvina 500 g	20	\$6.958	\$139.158						
25-12-2043	Walmart- Lider	Cebolla, Cebolla Morada Malla 1 Kg	10	\$810	\$8.100						
25-12-2044	Walmart- Lider	Limonos, Limones Malla 1 Kg	30	\$964	\$28.917						
25-12-2045	Carniceria Don Pe	Ozobuco 1 kilo	10	\$5.257	\$52.569						
25-12-2046	Walmart- Lider	Papas, Papas Granel 1 Kg	50	\$1.369	\$68.445						
25-12-2047	Walmart- Lider	Zapallo, Zapallo Camote Bolsa 1 Un	5	\$1.207	\$6.035						
25-12-2048	Walmart- Lider	Zanahoria, Zanahoria Bolsa 1 Un	5	\$689	\$3.443						
25-12-2049	Walmart- Lider	Tucapel, Arroz Grado 1 Grano Largo Ancho Bolsa 1 Kg	5	\$915	\$4.577						
25-12-2050	Walmart- Lider	Frutos del Maipo, Poroto Verde Corte Normal Bolsa 350 g	10	\$810	\$8.100						
25-12-2051	Walmart- Lider	Minuto Verde, Choclo Grano Bolsa 500 g	10	\$810	\$8.100						
25-12-2052	Walmart- Lider	Minuto Verde, Choclo Trozo 680 g	6	\$2.341	\$14.045						
25-12-2052	Walmart- Lider	Pepino, Pepino Ensalada Unidad 1 Un	35	\$478	\$16.727						
25-12-2053	Walmart- Lider	Repollo, Repollo Crespo Unidad 1 Un	25	\$932	\$23.288						
25-12-2054	Walmart- Lider	Betarragas, Betarragas Malla 5 Un	14	\$964	\$13.495						
25-12-2055	Walmart- Lider	Minuto Verde, Pasta de Choclo Bolsa 1 Kg	10	\$1.936	\$19.359						
25-12-2056	Walmart- Lider	Frutos del Maipo, Porotos Granados Congelados 100% Natura	20	\$1.774	\$35.478						

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Insumos de cocina, cafetería y bar											
25-12-2057	Walmart- Lider	Super Pollo, Tutro Largo Bolsa 800 g	25	\$1.612	\$40.298						
25-12-2058	Walmart- Lider	Seara, Pechuga de Pollo con Hueso y Piel Bolsa 2 Kg	10	\$3.224	\$32.238						
25-12-2059	Walmart- Lider	Maggi, Salsa de Tomate Tuco Carne Lata 245 g	10	\$770	\$7.695						
25-12-2060	Walmart- Lider	Lomo Vetado, Al Vacío 2,0 Kg	10	\$9.704	\$97.038						
25-12-2061	Walmart- Lider	Entraña 2kg	10	\$10.522	\$105.219						
25-12-2063	Walmart- Lider	Prieta Receta del abuelo 350 gr	5	\$810	\$4.050						
25-12-2064	Carniceria Don P	Chunchules 1 Kg	5	\$4.042	\$20.210						
25-12-2065	Walmart- Lider	La Preferida, Chorizo Parrillero con Carne de Angus Bolsa 500 g	10	\$2.341	\$23.409						
25-12-2066	Walmart- Lider	El Buen Corte, Carne Molida Especial 7% Grasa 500 g	10	\$2.422	\$24.219						
25-12-2067	Walmart- Lider	Super Pollo, Nuggets Congelados de Pollo Bolsa 1 Kg	5	\$3.394	\$16.970						
25-12-2068	Walmart- Lider	Savory, Helado de Crema Suizo Pote 1 L	30	\$1.693	\$50.787						
25-12-2069	Walmart- Lider	Lider, Filetes de Merluza con Piel Bolsa 500 g	20	\$2.422	\$48.438						
25-12-2070	Walmart- Lider	Lider, Filete de Salmón Importado Bolsa 500 g	20	\$4.042	\$80.838						
25-12-2071	Walmart- Lider	Lider, Congelado Reineta Filete 500 g	20	\$4.042	\$80.838						
25-12-2072	Walmart- Lider	Pancho Villa, Tortillas Mexicana Bolsa L (12 Un)	6	\$1.045	\$6.269						
25-12-2073	Walmart- Lider	Colun, Mantequilla con Sal 250 g	20	\$1.629	\$32.580						
25-12-2074	Walmart- Lider	Acelga, Acelga Bolsa 1 Un	7	\$608	\$4.253						
25-12-2075	Walmart- Lider	Espinaca, Espinaca Bolsa 500 g	7	\$721	\$5.046						
25-12-2076	Walmart- Lider	Cilantro, Cilantro Bolsa 120 g	7	\$446	\$3.119						
25-12-2077	Walmart- Lider	Perejil, Perejil Bolsa 120 g	7	\$397	\$2.778						
25-12-2078	Walmart- Lider	Ají, Ají Verde Bandeja 125 g	7	\$721	\$5.046						
25-12-2079	Walmart- Lider	Pahuilmo, Queso de Cabra Maduro Bolsa 250 g	10	\$2.746	\$27.459						
25-12-2080	Walmart- Lider	Lider, Palmitos en Rodajas Tarro 400 g	14	\$802	\$11.227						
25-12-2081	Walmart- Lider	Apio, Apio Bolsa 1 Un	5	\$883	\$4.415						
25-12-2082	Walmart- Lider	Oso, Trigo Mote Bolsa 1 Kg	5	\$1.418	\$7.088						
25-12-2083	Walmart- Lider	Lider, Huesillos Bolsa 400 g	5	\$2.584	\$12.920						
25-12-2084	Walmart- Lider	Colun, Leche Descremada Natural Caja 1 L	20	\$632	\$12.636						
25-12-2085	Walmart- Lider	Dos Caballos, Durazno en Mitades Tarro 590 g	14	\$851	\$11.907						
25-12-2086	Walmart- Lider	Guallarauco, Papayas al Juco Frasco 580 g	14	\$2.471	\$34.587						
25-12-2087	Walmart- Lider	Plátano, Plátano Granel 1 Kg	5	\$559	\$2.795						
25-12-2088	Walmart- Lider	Nestlé, manjar Bolsa 1k	14	\$1.985	\$27.783						
25-12-2092	Walmart- Lider	Leche condesada	14	\$664	\$9.299						
25-12-2093	Walmart- Lider	Crema para Batir nestle	14	\$2.422	\$33.907						
25-12-2094	Walmart- Lider	Galletas Soda	100	\$591	\$59.130						
25-12-2095	Walmart- Lider	Chocolate Cobertura de Chocolate Ambrosoli 500 g	14	\$2.996	\$41.947						
25-12-2096	Walmart- Lider	Té Lipton negro Yellow label 75 bolsitas	28	\$1.620	\$45.360						
25-12-2097	Walmart- Lider	Café Nescafe surtidos	28	\$2.309	\$64.638						
25-12-2098	Walmart- Lider	Azúcar Blanca Iansa Bolsa 5 kg, Granulada	1	\$3.070	\$3.070						
25-12-2099	Walmart- Lider	Endulzante Líquido Daily 400 ml, Stevia Balanceado	18	\$2.665	\$47.968						
25-12-2100	Walmart- Lider	Infusiones de té, Supremo, Hierbas Surtidas 50 Unidades	28	\$1.774	\$49.669						
25-12-2101	Walmart- Lider	REFILL PACK X24 VIDRIO RETORNABLE 237 ML. COCA-CO	98	\$4.852	\$475.486						
25-12-2102	Walmart- Lider	Chirimoya, 1 Kilo	7	\$2.098	\$14.685						

Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			Salida			Saldos		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total	Cantidad	Costo unitario	Sub- total
Inventario Inicial											
Insumos de cocina, cafetería y bar											
25-12-2103	Walmart- Lider	Piña caramelo, 1 unidad	14	\$1.612	\$22.567						
25-12-2104	Walmart- Lider	Melon, 1 unidad	14	\$972	\$13.608						
25-12-2105	Walmart- Lider	Frutilla,1 kilo	14	\$1.531	\$21.433						
25-12-2106	Walmart- Lider	Naranja,1 kilo	14	\$721	\$10.093						
25-12-2107	Walmart- Lider	Mango, 1 kilo	14	\$2.414	\$33.793						
25-12-2108	Vega central	Frambuesa, 1 kilo	14	\$4.698	\$65.772						
25-12-2109	Walmart- Lider	Amareto Genovese 500cc	4	\$5.419	\$21.676						
25-12-2110	Walmart- Lider	Licor de Menta Mitjans	4	\$2.827	\$11.308						
25-12-2111	Walmart- Lider	Whisky Jack Daniel's	4	\$16.192	\$64.768						
25-12-2112	Walmart- Lider	Araucano tres torres 900 cc	4	\$4.852	\$19.408						
25-12-2113	Walmart- Lider	Cerveza Cristal 6 unidades	4	2988,9	11955,6						
25-12-2114	Walmart- Lider	Cerveza Austral Calafate 4 unidades	4	4284,9	17139,6						
25-12-2115	Walmart- Lider	Cerveza Escudo 6 unidades	4	\$3.070	\$12.280						
25-12-2116	Walmart- Lider	Cerveza Royal pack 6 unidades	4	\$4.204	\$16.816						
25-12-2117	Walmart- Lider	Cerveza Heineken pack 6 unidades	4	\$4.285	\$17.140						
25-12-2118	Walmart- Lider	Cerveza Corona pack 6 unidades	4	\$4.690	\$18.760						
25-12-2120	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Sin Alcohol 3 unidades	4	\$2.422	\$9.688						
25-12-2121	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Torobayo	4	\$3.961	\$15.844						
25-12-2122	Walmart- Lider	Cerveza kunstman Lager	4	\$4.366	\$17.464						
25-12-2123	Walmart- Lider	cerveza Kunstman Boct	4	\$4.366	\$17.464						
25-12-2124	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Miel pack 4 unidades	4	\$4.771	\$19.084						
25-12-2125	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Arandano	4	\$2.422	\$9.688						
25-12-2126	Walmart- Lider	Cerveza Artesanal	4	\$1.126	\$4.504						
25-12-2127	Walmart- Lider	Carmenere Barrica Selection Viña Santa Carolina 750 ml	2	\$5.993	\$11.986						
25-12-2128	Walmart- Lider	Cabernet Sauvignon Santa Emiliana Viña Concha y Toro 700 cl	2	\$2.017	\$4.034						
25-12-2129	Walmart- Lider	120 Tres medallas (Sta. Rita),Vino Cabernet Sauvignon 120 Tres Medallas		\$1.774	\$0						
25-12-2130	Walmart- Lider	Carmen Margaux,Vino Cabernet Sauvignon Margaux	2	\$1.693	\$3.386						
25-12-2132	Walmart- Lider	Pinot Viña Undurraga,Vino Cabernet Sauvignon Pinot750 cc	2	2259,9	4519,8						
25-12-2133	Walmart- Lider	Errázuriz,Vino Cortton Reserva Merlot Botella	2	\$3.718	\$7.436						
25-12-2134	Walmart- Lider	Sánchez de Loria (Oidor),Cabernet Sauvignon Año 2016 / 750	2	\$3.799	\$7.598						
25-12-2135	Walmart- Lider	Doña Dominga, Casa Silva, Vño Carmenere	2	\$2.827	\$5.654						
25-12-2136	Walmart- Lider	Misioneros de rengo reserva,Reserva Carmenère Botella	2	\$3.232	\$6.464						
25-12-2137	Walmart- Lider	Don Matías Cousiño Macul,Cabernet Sauvignon Botella	2	\$4.204	\$8.408						
25-12-2138	Walmart- Lider	Don Luis Cousiño Macul,Vino Carmenere Don Luis	2	\$1.894	\$3.788						
25-12-2139	Walmart- Lider	Medalla Real Ssta. Rita	2	\$3.475	\$6.950						
25-12-2140	Walmart- Lider	Casillero del Diablo (Concha y Toro)	2	\$3.475	\$6.950						
25-12-2141	Walmart- Lider	Castillo de Molina	2	\$5.581	\$11.162						
25-12-2142	Walmart- Lider	Sta. Digna Miguel Torres	2	\$7.039	\$14.078						
25-12-2143	Walmart- Lider	Tarapacá Gran Reserva	2	\$6.715	\$13.430						
25-12-2144	Walmart- Lider	Toro de Piedra Gran Reserva	2	\$6.958	\$13.916						

Fuente: Elaboración propia.

4.9. Administración de la cadena de suministro.

La cadena de suministro se basará en la necesidad de proporcionar apoyo a los elementos esenciales de los diversos paquetes de servicio que entrega este negocio.

Los paquetes de servicios que incluye se detallan a continuación:

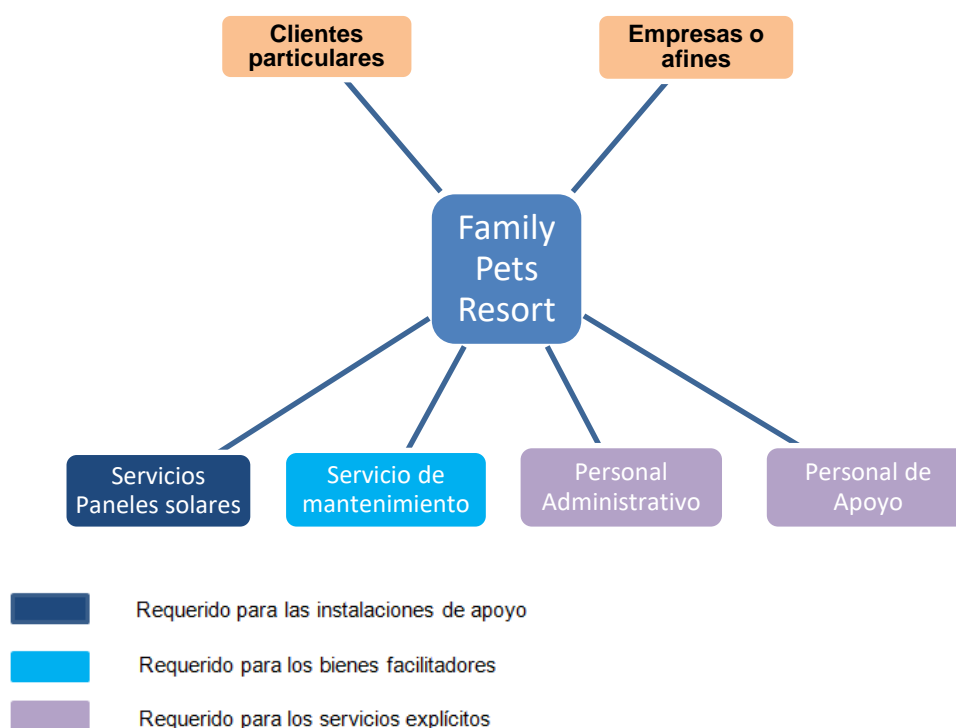
4.9.1. Paquetes de servicio que incluye

4.9.1.1. Instalaciones de apoyo

El recurso físico es la infraestructura de Family Pets Resort compuesta por instalaciones terminadas completamente y el equipamiento a un cien por ciento, ya que deben estar en el lugar antes, para que el servicio pueda ser ofrecido.

4.9.1.2. Bienes facilitadores

Los productos materiales o consumibles por el comprador, es decir, todo lo relacionado con artículos de aseo en general, mantención de áreas verdes y comida para los residentes o artículos que provienen del proveedor.



Fuente: Elaboración propia

Figura 16: Cadena de suministro de Family Pets Resort.

4.9.1.3. Servicios explícitos

Los beneficios son fácilmente observables por los sentidos y constan de la característica esencial o intrínseca del servicio, es decir, todos los servicios que brindará el negocio a sus huéspedes y sus mascotas, dentro de las instalaciones contamos con habitaciones completamente equipadas, spa, gimnasios, guardería de mascotas, Kids Zone, piscinas, hermosas áreas verdes, entre otras instalaciones disponibles para los huéspedes.

4.9.1.4. Servicios implícitos

Beneficios psicológicos, los cuales el consumidor puede percibir vagamente como comodidad, confort, ambiente familiar, amigable con el medio ambiente, tenencia responsable de las mascotas o características extrínsecas auxiliares del servicio.

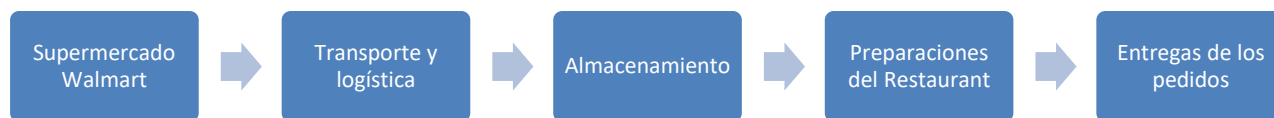
4.9.2. Gestión de la cadena de suministro (dibujo)

La Figura 17 ilustra la cadena de suministro simplificada de Family Pets Resort que muestra cómo los proveedores apoyan parte de los elementos del paquete de servicio.



Fuente: Elaboración propia

Figura 17: Gestión de la cadena de suministro.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18: Cadena de suministro del Restaurant del Family Pets Resort.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19: Cadena de suministro comida de mascotas.

4.9.2.1. Comercio Electrónico

Family Pets Resort contará con un sistema de reservas por Internet de sus habitaciones, también tendrá una plataforma en su página web para que los potenciales clientes puedan conocer los diferentes servicios que se ofrece, también se tendrá inteligencia artificial con un asistente virtual para responder dudas.

Finalmente también contará con un software administrativo para lograr tener un mayor control.

4.9.2.2. Proveedores

Las empresas de servicios cuentan con cadenas de suministros muy cortas, quienes responderán a proveedores de mercadería, mantenimiento interno y externo, y compra de activos fijos para Family Pets Resort.

Los proveedores de este servicio serán:

- Walmart /Líder: Proveerá de artículos de mantenimiento y mercadería.
- Homecenter Sodimac: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Cencosud Easy: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Falabella: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Ripley: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Cencosud Paris: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Xerox: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Hites: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- ABCDIN: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- La Polar: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Tramontina Store: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Beauty Store Chile: Proveerá de Activos fijos para la empresa.

- Harvia: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Cosmeticaval: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Mundo masaje: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Aliexpress: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Pesas Chile: Proveerá de Activos fijos para la empresa.
- Befoods: Proveerá alimento de mascotas.
- StÄrkee: Proveedor de activo fijos para la empresa.
- Abastible: Proveedor de gas a granel.
- Comité de agua potable rural Granizo: Proveedor de agua potable.
- Constructora TTC: Proveedor de instalación de áreas verdes y sistema de riego.

Family Pets Resort busca promover con los proveedores relaciones basadas en la ética empresarial impulsando el cumplimiento riguroso por ambas partes.

El Gerente General y los jefes de área serán encargados de controlar semanalmente el inventario de mercadería, mantenimiento interno y externo, ya que el de activos fijos se realizará sólo con el propósito para mantener un control de los aparatos, muebles y equipos que posee la empresa.

Semanalmente, se estima que se deberá contactar, vía electrónica, a los proveedores de la organización, haciendo el encargo de productos faltantes y emitiendo una orden de compra, la cual no debe exceder los 4 días hábiles para la entrega del pedido. Ante problemas con los niveles del inventario, se podrán realizar pedidos en periodos más cortos de tiempo.

Family Pets Resort responderá por medio de factura, proceso que estará a cargo del Jefe de Finanzas, siendo éste quien coordine y supervise el pago a proveedores con plazo máximo de 30 días, teniendo especial cuidado sobre el registro presupuestario y contable de los movimientos financieros entregados por el contador para así resguardar las finanzas de la organización.

4.9.2.3. Clientes

Con los clientes Family Pets Resort también se promoverá relaciones basadas en la ética empresarial impulsando el cumplimiento riguroso de los acuerdos entre las partes.

El pago de la estadía de los huéspedes debe ser la llegada de éstos al resort, el cual se puede efectuar por diferentes medios, efectivo, transferencia electrónica, sistema Transbank.

Los clientes también pueden acceder a la página web del resort en donde podrán hacer reservas con anticipación para sus vacaciones.

4.9.2.4.Estrategia

La estrategia a seguir respecto a la cadena de suministro será la siguiente:

La cadena de suministro de Family Pets Resort deberá reaccionar con la mayor rapidez posible con la finalidad de tener un respaldo ante alguna incertidumbre de la demanda, Asimismo, al ofrecer una amplia gama de servicios especializados para las personas y sus canino, por lo que dentro de las prioridades competitivas vamos a encontrar velocidad en los tiempos de entrega, variedad, flexibilidad y, sobre todo, la calidad superior, razón por la cual se ha decidido por una estrategia de cadena de suministro con capacidad de respuesta.

Para tener éxito no basta sólo con mejorar las operaciones ni integrar las funciones internas, sino que es necesario iniciar relaciones de intercambio de información, materiales y recursos con proveedores y clientes de una forma coordinada, utilizando enfoques innovadores como la gestión de la cadena de suministro.

La cadena de suministro actual será controlada por el software administrativo con el cual se tendrá registro de todos los proveedores y clientes del resort, permitiendo gestionar de mejor manera los procesos, aumentando la coordinación y la conectividad entre los socios de suministro y ayudar a reducir los costos operativos.

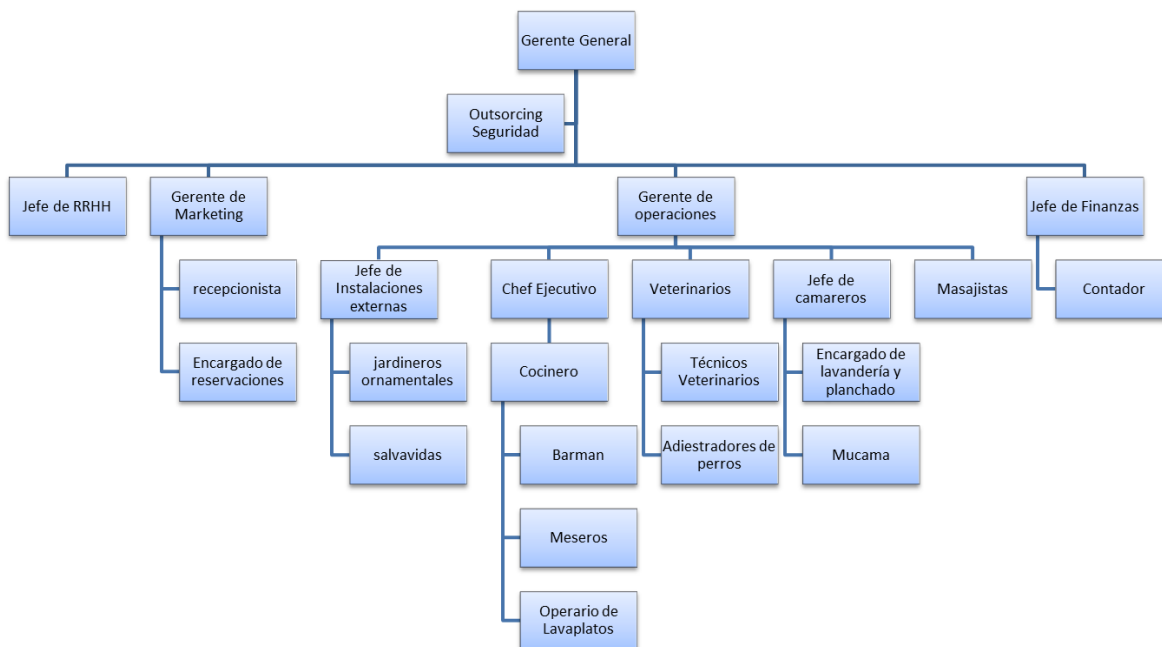
Por esta razón, se utilizará el internet como herramienta central, ya que ha demostrado ser la más efectiva en la transformación de las cadenas de suministro, provocando que todos los entes que componen la cadena (proveedores, distribuidores, fabricantes y vendedores) trabajen de manera vinculada y coordinada.

5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

5.0. OBJETIVOS PLAN DE ORGANIZACIONAL Y DE PERSONAL

- Mejorar el desempeño del personal en un 90% en un tiempo de 1 año.
- Aumentar la productividad en un 20%, en un plazo de 1 año. Para que así nuestros encargados de ofrecer reservaciones y ofertas de hospedaje se lleven a cabo.
- Contratar personal especializado y con experiencia en el rubro mínimo de 3 años de antigüedad.
- Capacitar 1 vez al año al personal, para así poder brindar una mejor atención.
- Fomentar el sentido del compromiso, excelencia y seguridad en las actuaciones de los trabajadores de la organización desde el inicio de las operaciones del negocio.

5.1. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: Elaboración propia.

Figura 20: Estructura organizacional.

Para descripción de cargos **Véase Anexo 10.**

5.2. ESTRATEGIA DE PERSONAL

5.2.1. Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal

Reclutamiento del personal

Objetivo: Atraer al mejor candidato para el cargo de Gerente General el cual sus valores sean la transparencia y lealtad en todas sus funciones, a sí mismo con los demás cargos funcionales los cuales deben contar con las competencias y habilidades necesarias dentro del mercado laboral antes del inicio de las operaciones del negocio.

Estrategia

El proceso para incorporar al Gerente General del Resort se hará a través de un reclutamiento externo y estará a cargo, en primera instancia, del equipo que ejecute el proyecto. Posteriormente, será el Gerente General quien se encargue del reclutamiento de las demás áreas. La incorporación de personas en la empresa sólo se abrirá para los candidatos que tienen características y competencias personales específicas en el rubro de hotelería, veterinarios, técnicos veterinarios, salvavidas, entre otros profesionales requeridos.

Para el Gerente General y los otros cargos, la oferta de trabajo se anunciará en portales de empleo en internet recibiendo los Curriculum Vitae de los interesados y que cumplan con los requisitos pedidos. Se desarrollará contacto con la Municipalidad de Olmué para anunciar, divulgar y atraer a los potenciales candidatos disponibles en el mercado.

A partir del tercer año de operaciones se podrá contar con un reclutamiento interno, donde contaremos con una psicóloga, la cual se encargará de elegir y reclutar las vacantes que se requieran en los distintos puestos vacíos, ella se encargará del reclutamiento interno de la empresa lo que conlleva a los ascensos, personas transferidas o promovidas a otros sectores dependiendo de su desempeño.

Selección del personal

Objetivo: Escoger y clasificar a los candidatos más idóneos para los requerimientos de los diferentes puestos de la organización antes del inicio de las operaciones del negocio.

Estrategia

En primera instancia el equipo que está realizando el proyecto se encargará de reclutar a los profesionales y otros cargos más operativos. Se recopilará información acerca del puesto y se aplicará técnicas de selección para reunir información acerca de los candidatos. Se utilizará un modelo de selección en primer lugar vía internet donde el candidato será comparado con los requisitos que exige el puesto y finalmente se citará a 2 candidatos para un puesto, a través de una entrevista se elegirá al mejor candidato, finalmente sólo se presentarán dos alternativas: la aprobación o el rechazo.

Las técnicas de selección para conocer, comparar y escoger a los candidatos adecuados serán:

Filtro a través del portal vía internet: En primera instancia se hará un filtro en el cual el equipo que está a cargo del proyecto deberá filtrar los Curriculum Vitae que lleguen a través del portal y ver si cada uno de ellos cumple con los requisitos, habilidades y experiencia en el rubro y área a la que postulen.

Entrevista de selección: Luego de ello, será el equipo gestor del proyecto encargado de aplicar y evaluar el proceso de la entrevista dirigida a los cuales seleccionaron vía internet. Luego de seleccionar y disponer de un Gerente General, cuando comience el funcionamiento del resort será éste quien se encargue de preparar, aplicar y evaluar las futuras entrevistas dirigidas de selección o ver si es necesario despedir algún trabajador por su mal desempeño en su trabajo.

Pruebas de conocimientos o de capacidades: En razón de su forma de aplicación, ésta será una prueba oral y se empleará para el cargo de Gerente General, Gerente de Marketing, Gerente de Operaciones, Jefe de Recursos Humanos y Veterinarios. En razón de su envergadura, esta tendrá el carácter de específica, teniendo como objetivo la determinación y estimación del nivel de conocimientos de los candidatos respecto del manejo de las técnicas de planificación y gestión de negocios relacionados con la industria hotelera y canina.

Pruebas psicológicas: Antes de la inauguración del Resort, a través de la prestación de servicios de un psicólogo laboral externo, quien aplicará pruebas psicológicas que

representen un promedio objetivo y estandarizado de una muestra de comportamientos en lo referente a las aptitudes de los candidatos profesionales que se requieren.

Contratación del personal

Objetivos: Preparar y formalizar siempre con respecto a la ley la futura relación de trabajo para garantizar los intereses y derechos, tanto del trabajador de la empresa antes del inicio de las operaciones del negocio.

Estrategia

El equipo del proyecto será el encargado de formalizar el proceso de contratación de personal del Gerente General y de los demás cargos antes del inicio de operaciones del Resort. En primera instancia todos contarán con un contrato trimestral, el equipo sólo estará a cargo de renovar el contrato a indefinido del Gerente General y luego que éste sea contratado, deberá encargarse de renovar los contratos de los demás colaboradores a indefinidos. **(Véase Anexo 11)**. Aquellos servicios temporales o intermitentes serán contratados a partir de la recepción de boletas de honorarios.

En un comienzo, será el equipo del proyecto el encargado de confeccionar los contratos tipo que incluirán -además de las cláusulas que corresponden a aspectos como jornada laboral, remuneración, vigencia, incumplimientos, entre otros, las normas de conducta interna y propia del Resort, las cuales deberán ser conocidas y aceptadas por cada uno de los trabajadores.

Terminada esta etapa, el equipo procederá a contactar al Gerente General para su contratación y a los demás colaboradores, para que posteriormente en la renovación de los contratos de los colaboradores sea el Gerente General el que se encargue de renovarles el contrato y el staff le renueve el contrato al Gerente General.

5.2.2. Inducción, Capacitación.

Inducción

Objetivo: El objetivo de la inducción será brindar al trabajador una efectiva orientación general de las funciones que cada uno desempeñará, para que todos puedan realizar sus funciones de manera certera y efectiva dentro de la organización.

Estrategia

Se implementará el tipo de inducción general, en donde el staff reunirá a todos los trabajadores que fueron contratados con el fin de que conozcan la historia de la organización, sus objetivos su visión, misión y políticas de la organización. También se definirá el puesto de cada trabajador y sus respectivas funciones. Cabe destacar que la primera inducción estará a cargo del staff, luego de la primera contratación que se efectúe, quedará a cargo del Jefe de Recursos Humanos.

Capacitación

Objetivo: Crear programas de capacitación en el manejo de tecnología, el uso del intranet, sistema de registro y control de las personas que ingresan y salen de las dependencias del Resort. Éstas capacitaciones solo se realizarán a los Gerentes, jefes de cada área y a la recepcionista. Adicionalmente se realizará un taller de primeros auxilios para agregar valor en la formación de las personas, a la organización y a los clientes, antes del inicio de operaciones del negocio.

Estrategia

Se implementará la estrategia de formación específica para dominar un área o sector de actividad, ya que es prioritario para la competitividad de la organización buscar conocimientos y habilidades específicas. Las capacitaciones serán guiadas por un profesional del área, se facilitará un aula y una computadora.

Gastos asociados a la capacitación del personal

Capacitación primeros auxilios	\$600.000
Capacitación en TIC's	\$200.000
Capacitación en servicio al cliente	\$200.000

Se invertirá en capacitar a los colaboradores en el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), en un taller de primer auxilio para entregar mayor confianza y en una capacitación de servicio al cliente en donde podrán brindar una excelente servicio y seguridad a los potenciales clientes. **(Véase Anexo 12)**

5.2.3. Motivación y Desarrollo del Personal

Estrategia

Un gran desafío para la organización será retener a sus mejores empleados y motivarlos para que tengan un alto rendimiento. En primera instancia se recomienda establecer metas específicas, coherentes y con una dificultad apropiada (Locke y Latham, 2002).

Al elegir el tipo correcto de meta será necesario incluir en él una retroalimentación para aclarar las expectativas y junto a ello ir modificando la dificultad de las metas y obtener reconocimiento. Por lo tanto, es importante ofrecer oportunidades de comparación a los individuos para determinar cómo se están desempeñando. Será el Jefe de Recursos Humanos el encargado de generar informes de progreso a lo largo del camino.

En cuanto a la motivación del personal al finalizar cada año se realizará una fiesta con todos los miembros que trabajan en el Resort incluidos Gerentes, Jefes y las diferentes áreas, con el propósito de fortalecer los vínculos entre todos los sectores. En la fiesta se realizarán concursos para los colaboradores con premios el cual consiste en un viaje para 2 personas a Buenos Aires, Argentina con todos los gastos incluidos por 3 días y 2 noches y 10 Gift Card de \$30.000 en Cencosud.

Con el fin de mejorar el desempeño de los colaboradores, se recompensará de manera pública al mejor trabajador del año a través de la medición de objetivos cumplidos y al mejor compañero dentro de los colaboradores de la empresa, el cual será elegido por sus propios compañeros.

5.2.4. Políticas de Remuneraciones y Compensaciones

Estrategia

La remuneración total se compondrá de una remuneración fija (salario mensual) y de remuneraciones indirectas (gratificaciones, movilización, horas extras, etc.). Se definirán objetivamente las remuneraciones para cada puesto de trabajo por medio de una escala de criterios la cual contempla las capacidades físicas e intelectuales que conlleva cada puesto junto a ello también se hará una escala de la importancia de cada puesto y en función del promedio del mercado. (Véase Anexo 13)

5.2.5. Evaluación del Personal.

Estrategia

La estrategia a utilizar será la de evaluación por resultados, la cual permite obtener información y analizar el cumplimiento de las propuestas para cada uno de los objetivos específicos del programa en términos de su actividad, su eficacia y eficiencia para obtener conclusiones que permitan retroalimentar la gestión del programa. Ésta evaluación por resultados concluye con un informe de evaluación hecho por el Gerente General que permitirá identificar la efectividad, la validez y la eficiencia del programa, y poder así obtener conclusiones y recomendaciones para futuros programas o proyectos de la empresa.

Esta evaluación se llevará a cabo de manera trimestral y se medirá el índice de efectividad de los trabajadores y si realmente están cumpliendo con sus objetivos planteados. También se evaluará la asistencia de cada trabajador de manera trimestral, de modo que se sancionen las ausencias.

El encargado del proceso de evaluación del desempeño será aplicado por el Gerente General, quien será el responsable de todos los trabajadores. El tipo de evaluación que se implementará será aquella que guarda relación con el cumplimiento de los objetivos dispuestos para cada función y colaborador. El método que se utilizará para evaluar el desempeño del Gerente General será igual que el anterior, sin embargo, quien lo evaluará será el equipo creador de este proyecto y los objetivos que se le considerarán en la medición serán aquellos que estén vinculados con el ámbito estratégico, de crecimiento y competitividad (Véase Anexo 14). Cabe destacar que las evaluaciones se realizarán a final de cada año de operación. Los

resultados serán tabulados y clasificados por el Jefe de Recursos Humanos, quién se encargará de enviar un informe al Gerente General con los resultados de cada trabajador. El Jefe de Recursos Humanos estará a cargo de citar a los trabajadores que al cierre de la evaluación no sean bien clasificados. Esto conlleva una seria conversación con el trabajador en el cual le explicará lo que sucede si al cabo de 2 años sigue de la misma forma. En el caso de que algún trabajador no cumpla con lo asignado o lleve más del 50% de ausencias al cabo de 2 años, su sanción será la desvinculación de la organización. Se realizará el mismo procedimiento para cada trabajador.

- **Desvinculación del personal**

Estrategia

Cuando se desee desvincular a alguien lo dará a conocer el Jefe directo de cada departamento. En el caso de que sea el Gerente General, el equipo creador del proyecto serán quienes notifiquen el despido.

Cuando se efectúe una desvinculación de algún operario el cual haya tenido su contrato indefinido se le pagarán sus años de servicio y se les ayudará a los ex trabajadores a mediante cartas de recomendaciones para sus nuevos empleadores.

Existirá una política de recontratación preferencial según las particularidades del caso. Cabe destacar que la empresa contratará abogados en situaciones que lo ameriten.

5.3. PRESUPUESTO DE RECURSOS HUMANOS

Tabla 74: Presupuesto de Recursos Humanos.

Cargos	Ene	Feb	Mar	Abril	May	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	Total
Gerente General	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.970.000	\$1.970.000	\$1.970.000	\$5.910.000
Jefe de RRHH	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.170.099	\$1.170.099	\$2.340.198
Gerente de Marketing	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.424.616	\$1.424.616	\$2.849.232
Gerente de Operaciones	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.853.356	\$1.853.356	\$3.706.712
Jefe de Finanzas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$933.398	\$933.398	\$1.866.796
Recepcionista	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$944.544	\$944.544	\$1.889.088
Encargado de reservaciones	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$994.256	\$994.256	\$1.988.512
Jefe de instalaciones externas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$781.408	\$781.408	\$1.562.816
Jardinero	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$915.000	\$915.000	\$1.830.000
Salvavidas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$3.509.214	\$3.509.214	\$7.018.428
Chef ejecutivo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.340.000	\$1.340.000	\$2.680.000
Cocinero	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$839.630	\$839.630	\$1.679.260
Barman	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.141.362	\$1.141.362	\$2.282.724
Meseros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$6.613.222	\$6.613.222	\$13.226.444
Operario de lavaplatos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.220.670	\$1.220.670	\$2.441.340
Veterinarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$4.359.676	\$4.359.676	\$8.719.352
Técnicos Veterinarios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$2.151.084	\$2.151.084	\$4.302.168
Jefe de camareros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$762.515	\$762.515	\$1.525.030
Encargado de lavandería y planchado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$911.215	\$911.215	\$1.822.430
Mucama	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$4.723.730	\$4.723.730	\$9.447.460
Adiestrador de perros	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$2.457.164	\$2.457.164	\$4.914.328
Masajistas	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$2.859.558	\$2.859.558	\$5.719.116
Contador	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.303.730	\$1.303.730	\$2.607.460
psicologo externo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$700.000	\$700.000	\$0	\$0	\$1.400.000
Abogado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.361.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.361.000
												Total	\$95.089.894

Fuente: Elaboración propia.

6. ASPECTOS LEGALES

6.0. OBJETIVOS ASPECTOS LEGALES

- Cumplir con todas la leyes vinculadas al rubro Hotelero.
- Cumplir con las normas ISO vinculadas al rubro Hotelero.
- Cumplir con todas las certificaciones vinculadas al rubro Hotelero.

6.1. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

El resort se va a constituir por una sociedad por acciones (SPA).

La sociedad por acciones también es una posibilidad a considerar al querer crear una Startup, ésta se define en el artículo 424 del Código de Comercio de la siguiente forma: “una persona jurídica creada por una o más personas cuya participación en el capital es representada por acciones”.

Características:

- Es una sociedad por acciones, está integrada por títulos de valores, y la concurrencia de todas ellas en un solo socio no provocan su disolución

Se trata de sociedades que pueden ser creadas por una persona, natural o jurídica

- Es una persona jurídica.
- Es siempre comercial (Artículo 425, Código de Comercio).
- Los socios son responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- El tratamiento tributario y régimen legal supletorio aplicable a estas compañías es el de las sociedades anónimas cerradas.
- La administración de la sociedad se puede ejercer no sólo a través de un directorio, sino que se puede diseñar cualquier estructura para su administración.
- Tanto en sus derechos y obligaciones se rige por sus propios estatutos, y en lo no regulado por estos, se rige supletoriamente por las normas de las sociedades anónimas, siempre que esta son sean contrarias a su naturaleza.
- El nombre de la sociedad, deberá concluir con la expresión “SPA”.
- Inscripción en Registro de Comercio.

Luego de constituir la sociedad, se procede a inscribir la Sociedad en el Registro de Comercio y a publicarlo en el Diario Oficial, eventos que deberán realizarse dentro de los 60 días posteriores, contados desde la fecha que se estipula en la Escritura.

Quien realice el trámite de crear una empresa en Chile, deberá presentar:

- Dos extractos originales o copias autorizadas por el mismo notario y
- Escritura de constitución de la sociedad o Modificación y Formulario N°2.
- Publicación en el Diario Oficial

Este trámite debe realizarse dentro de 60 días contados a partir de la fecha registrada en la Escritura de la Sociedad.

La publicación del Extracto de la Escritura en el Diario Oficial, puede ser realizada por un Socio o el Representante Legal, quien debe concurrir a las oficinas del diario La Nación con el Extracto protocolizado de la Escritura.

- Iniciación de Actividades y obtención del RUT (Rol Único Tributario)

Tanto las personas naturales como jurídicas que estén constituidas en Chile o en el extranjero, que en razón de su actividad estén sujetos a impuestos, deben solicitar inscripción en el Rol Único Tributario y en forma simultánea (no es obligatorio) dar aviso de Inicio de Actividades al Servicio de Impuestos Internos (SII) de acuerdo a lo señalado en el artículo 66 del Código Tributario.

Esto marca el inicio de las obligaciones como contribuyente sujeto a impuestos, los que se aplicarán mientras dure la actividad comercial.

La declaración de iniciación de actividades es una declaración jurada formalizada ante el Servicio de Impuestos Internos sobre el comienzo de cualquier tipo de negocios o labores susceptibles de producir rentas gravadas en la primera o segunda categoría de la Ley de la Renta.

Primera Categoría: Todas aquellas actividades que obtienen su renta del capital y/o de actividades comerciales, industriales, mineras, de transporte, etc.

- Documentos Tributarios

Una vez que la empresa se encuentre constituida e inicie sus actividades comienza su obligación tributaria. Dependiendo del tipo de empresa y/o actividad que realice deberá operar con diversos documentos entre los cuales se encuentran las Boletas de Honorarios, Facturas, Boletas de Venta, Libros Contables, etc.

- Solicitud de Permisos

Una vez que ha seguido los pasos para constituir una empresa en Chile y ya ésta se encuentra constituida y legalizada como contribuyente, el comienzo de las actividades comerciales dependerá de una serie de Permisos otorgados por distintas entidades de acuerdo al rubro de la Empresa.

Leyes y Normas

6.2. LEYES Y NORMAS

6.2.1. *Leyes y Normas Sectoriales, Regionales y Comunales*

En lo que respecta a las leyes que existen en Chile frente al rubro del turismo y esparcimiento en Chile, de acuerdo al Ministerio de economía fomento y turismo.

En febrero de 2010 fue promulgada y publicada la Ley N° 20.423 del Sistema institucional para el desarrollo del turismo.

El decreto 194 es el reglamento de hoteles y establecimientos similares, el cual dicta los siguientes puntos relevantes para el proyecto:

- **Artículo 1º.-** El presente Reglamento establece las condiciones sanitarias mínimas que deben cumplir los diferentes tipos de establecimientos destinados a dar alojamiento a las personas, por el tiempo y en las condiciones que se contrate con el usuario. Los establecimientos con licencia turística deben cumplir además con las condiciones que sobre esta materia se estipulen en el Reglamento de alojamiento turístico D.S. N° 323 y las normas que al efecto dicte SERNATUR.
Este Reglamento se aplicará a Hoteles, Moteles, Apart. Hotel, Hosterías, Residenciales y establecimientos similares, dispongan o no de servicios de alimentación.
- **Artículo 2º.-** Los establecimientos a que se refiere el artículo anterior no podrán funcionar sin autorización sanitaria, otorgada por el Servicio Nacional de Salud.
- **Artículo 3º.-** Toda persona natural o jurídica que desee instalar cualquiera de estos establecimientos, deberá solicitar la autorización sanitaria correspondiente, a la

Jefatura del Área Hospitalaria de Salud que tenga jurisdicción sobre el lugar en que él se encuentre.

Para tales efectos, deberá presentar los siguientes documentos:

- a) Solicitud dirigida al Director del Área Hospitalaria, en la cual se indicará el nombre del propietario y del representante legal; nombre del administrador; nombre del establecimiento; ubicación, tipo de establecimiento, servicios que prestará a los usuarios, número de habitaciones, número de salas de baños o de servicios higiénicos y cualquier otra información adicional que permita calificar al establecimiento;
- b) Condición de propietario o de arrendatario del inmueble, y, en este último caso, contrato de arrendamiento;
- c) Plano de ubicación;
- d) Planos del edificio y del establecimiento en particular;
- e) Planos de Agua Potable y Alcantarillado aprobados por el Servicio Nacional de Obras Sanitarias (SENDOS).

El DECRETO SUPREMO 227, tiene la función de clasificación, calificación y el registro de los establecimientos de alojamiento. A continuación se presentan los principales artículos.

Artículo 1°: Los establecimientos que presten el servicio de alojamiento turístico, serán clasificados, calificados y registrados por el Servicio Nacional de Turismo.

Artículo 2°: Se considerará servicio de alojamiento turístico: el que se preste comercialmente por un período no inferior a una pernoctación, en establecimientos que mantengan como procedimiento permanente, un sistema de registro de ingreso e identificación de los clientes cada vez que éstos utilicen sus instalaciones; permiten el libre acceso y circulación de los huéspedes a los lugares de uso común y estén habilitados para recibir huéspedes en forma individual o colectiva, con fines de recreo, deportivos, de salud, de estudios, de gestiones de negocios, familiares, religiosos, vacacionales u otras manifestaciones turísticas.

Artículo 3°: Los establecimientos que presten el servicio de alojamiento turístico se

clasificarán en: 1. Albergue (refugio); 2. Apart-hotel; 3. Hospedaje familiar (alojamiento y desayuno; bed & breakfast); 4. Hostal; 5. Hostería; 6. Hotel; 7. Lodge; 8. Motel; 9. Recinto de campamento (camping), y 10. Resort.

Artículo 4º: se presentan las definiciones de los establecimientos mencionados anteriormente, ya que el proyecto es de un resort solo se va detallar esa definición:

10. Resort: Establecimiento que, reuniendo las características que definen a un hotel, apart-hotel, motel o combinación de estas modalidades, tiene como propósito principal ofrecer actividades recreativas y de descanso al aire libre y/o en espaciosos recintos interiores asociados a su entorno natural, y que por lo tanto, posee un número significativo de instalaciones, equipamiento, infraestructura y variedad de servicios para facilitar tal fin, dentro o en el entorno inmediato del predio en que se emplaza, el que además es de gran extensión y se ubica preferentemente en ambientes rurales.

6.2.2. Leyes y Normas Específicas: Ambientales, Tributarias, Comerciales, Laborales

Dentro de las leyes medio ambientales se encuentra:

- ISO 9001 sobre Sistemas Gestión de la Calidad, esta Norma consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos. Permite implantar el círculo de la mejora continua dentro de la empresa y a cumplir con la legislación vigente.
- ISO 14001 (Gestión del medioambiente)
Esta Norma está pensada para conseguir un equilibrio entre la rentabilidad y la reducción de impactos medioambientales, evitando multas. También ayuda a proporcionar un ahorro de costos con un uso más eficiente de los recursos naturales tales como la electricidad, el agua y el gas.

Leyes laborales:

- *“De conformidad con lo establecido en el artículo 27 del Código del Trabajo, la jornada de 45 horas semanales que se establece el artículo 22 del referido Código no se aplica respecto de las personas que trabajan en hoteles, restaurantes o clubes, cuando en todos estos casos, el movimiento diario sea notoriamente escaso, y los*

trabajadores deban mantenerse constantemente a disposición del público. En estos casos los trabajadores no pueden permanecer más de 12 horas diarias en el lugar de trabajo y tienen derecho, dentro de esta jornada, a un descanso no inferior a una hora. Quedan exceptuados de lo señalado precedentemente los trabajadores que cumplen labores como administrativos y aquellos que laboran en lavandería, lencería o cocina, los cuales están afectos a una jornada máxima de 45 horas semanales.”(Dirección del trabajo)

- Ley N° 19.518 Ley que fija nuevo estatuto de Capacitación y Empleo.

Leyes tributarias

- Decreto Ley N° 824 Ley sobre Impuesto a la Renta.
- Decreto Ley N° 825 Ley sobre Impuesto a las Ventas y Servicios.

Leyes Comerciales

Según la Cámara Nacional de Comercio (CNC), las empresas deben solicitar los siguientes documentos:

- Certificado de Informaciones Previas.
- Certificado de Calificación Técnica.
- Certificado Municipal de Zonificación.
- Autorización Sanitaria.
- Trámite Cero.
- Certificado de Calificación de Actividad Industrial.
- Permiso de Edificación.
- Permiso de Obra Menor.
- Cambio de Destino.
- Recepción Definitiva de Obra.

Las patentes que se requieren para el funcionamiento del resort serán:

- Patentes Municipales (comerciales): para tiendas y negocios de compraventa en general.

Valor Patente: 1 UTM

- Hotel de turismo, en que se presta al turista servicio de hospedaje, sin perjuicio de otros servicios complementarios, y que comprende las patentes de hotel, restaurante, cantina y cabaré.

Valor Patente: 5 UTM.

Además se necesitarán otras autorizaciones dependiendo del tipo de actividad que desarrollará:

- Expendio de alimentos perecibles: resolución sanitaria emitida por la Secretaría Regional Ministerial (Seremi) de Salud de la región.
- Expendio de alimentos para animales: autorización del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).
- Ley 21.020 o más conocida como la tenencia responsable de mascotas o la “ley cholito”.

6.2.3. Certificaciones

Family Pets cumplirá con las certificaciones ISO entre las cuales encontramos:

- ISO 22001 (Gestión alimentaria)
Para las empresas, y especialmente las turísticas, es altamente recomendable poder implantar sistemas basados en APPCC (Análisis de Puntos Críticos). El APPCC es un sistema de control que garantiza la vigilancia de los peligros de tipo microbiológico, físico o químico.
- Certificarse con el sello Q de Calidad Turística, las empresas chilenas que deseen obtener su certificación deben estar registradas como servicio turístico ante el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), una condición obligatoria para muchas de las empresas que se dedican a este sector. Para poder obtener el sello, las empresas deberán cumplir con la normativa referente a su campo específico.

7. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.0. OBJETIVOS PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO

- Obtener una TIR superior a la tasa de rentabilidad exigida por los inversionistas
- Lograr alcanzar una VAN mayor a cero durante el horizonte de evaluación de 5 años con la finalidad de que el proyecto sea rentable y genere valor para los inversionistas.
- Generar ingresos suficientes a partir del primer año, con los cuales se pueda financiar los costos operacionales del Family Pets Resort.
- Incrementar los ingresos por ventas un 25% anual a partir del año 1.

7.1. CONSTRUCCIÓN FLUJOS DE CAJA PROYECTO PURO Y FINACIADO

Para la construcción de los flujos de caja en un horizonte de 5 años de evaluación del proyecto, fueron necesarios procesos previos, con la finalidad de lograr un análisis más concreto y fidedigno.

- **Inversión Inicial**

Luego de recopilar la información de los diferentes departamentos del proyecto, se reunió toda la información, dividiendo la inversión inicial en Activo Fijo Tangible y Activo Fijo Intangibles, los cuales se detallan en el **Anexo 15**.

- **Depreciación Tributaria y valor recupero**

Una vez recopilados todos los Activos Fijos que se van a necesitar para operar el Resort, es necesario calcular la depreciación de cada uno de estos, según la tabla de vida útil entregada por el Servicios de Impuesto Internos.

Respecto a los activos que aún les quede vida útil al final del horizonte de evaluación se calculará el valor recupero.

El detalle se encuentra en el **Anexo 16**.

- **Capital de Trabajo**

Es la capacidad del Resort para llevar a cabo sus operaciones con normalidad en el corto plazo, este se calculó considerando todos los activos corrientes necesarios desde el año cero los cuales esta contabilizados en el **Anexo 17**.

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio arrojó un valor de 356, en el cual fueron considerados costos fijos mensuales, costos variables unitarios y el precio ponderado. (**Véase Anexo 18**).

A continuación se detallan los flujos de caja puro y financiado del proyecto, los cuales se obtuvieron a base de algunos supuestos y políticas financieras y económicas, las que se pueden ver en el **Anexo 19**.

Flujo de caja Proyecto Puro

Tabla 76: Flujo de caja proyecto puro.

FAMILY PETS RESORT		FLUJOS DE CAJA PROYECTO PURO					
DETALLE		0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas			\$1.563.862.089	\$ 1.954.827.612	\$ 2.443.534.514	\$ 3.151.877.343	\$ 4.037.305.879
Costos Fijos			\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688
Costos variables							
Publicidad			\$ -7.819.310	\$ -9.774.138	\$ -12.217.673	\$ -15.759.387	\$ -20.186.529
Alimentación Personas			\$ -390.965.522	\$ -488.706.903	\$ -610.883.629	\$ -787.969.336	\$ -1.009.326.470
Alimentación de los perros			\$ -14.074.759	\$ -17.593.449	\$ -21.991.811	\$ -28.366.896	\$ -36.335.753
Insumos de aseo			\$ -23.457.931	\$ -29.322.414	\$ -36.653.018	\$ -47.278.160	\$ -60.559.588
Servicios Básicos			\$ -53.171.311	\$ -66.464.139	\$ -83.080.173	\$ -107.163.830	\$ -137.268.400
Insumos para spa			\$ -15.638.621	\$ -19.548.276	\$ -24.435.345	\$ -31.518.773	\$ -40.373.059
Depreciación tributaria			\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904
RAII			\$ 418.104.042	\$ 682.787.701	\$ 1.013.642.274	\$ 1.493.190.369	\$ 2.092.625.488
Impuesto	27%		\$ -112.888.091	\$ -184.352.679	\$ -273.683.414	\$ -403.161.400	\$ -565.008.882
RAIDI			\$ 305.215.951	\$ 498.435.022	\$ 739.958.860	\$ 1.090.028.970	\$ 1.527.616.606
Depreciación tributaria			\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904
INVERSIONES							
Activo fijo intangible		\$ -42.406.835					
Activo fijo tangible		\$ -1.619.928.364					
Capital de trabajo	2%	\$ -101.951.547	\$ 141.048.099	\$ 9.774.138	\$ 14.166.857	\$ 17.708.571	\$ 64.596.894
Reinversión en habitaciones					\$ -57.501.759	\$ -57.501.759	\$ -57.501.759
Reinversión en otros artículos					\$ -10.264.834	\$ -396.827	
Reinversión en tecnologías					\$ -1.095.526		
Reinvertir en espacios de esparcimiento					\$ -16.432.892	\$ -21.251.538	\$ -32.044.240
Valor recuperado							\$ 1.185.425.987
Capital Propio		\$ -964.286.746					
Flujo de caja neto proyecto puro		\$ -2.728.573.492	\$ 485.817.954	\$ 547.763.064	\$ 708.384.610	\$ 1.068.141.320	\$ 2.727.647.392

VAN PP	\$ 1.268.939.573
TIR Proyecto	21%

Fuente: Elaboración propia.

Flujo de caja Proyecto Financiado

Tabla 77: Flujo de caja proyecto financiado.

FAMILY PETS RESORT		FLUJOS DE CAJA FINANCIADO					
DETALLE		0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas			\$ 1.563.862.089	\$ 1.954.827.612	\$ 2.443.534.514	\$ 3.151.877.343	\$ 4.037.305.879
Costos Fijos			\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688
Costos variables							
Publicidad			\$ -7.819.310	\$ -9.774.138	\$ -12.217.673	\$ -15.759.387	\$ -20.186.529
Alimentación Personas			\$ -390.965.522	\$ -488.706.903	\$ -610.883.629	\$ -787.969.336	\$ -1.009.326.470
Alimentación de los perros			\$ -15.638.621	\$ -19.548.276	\$ -24.435.345	\$ -31.518.773	\$ -40.373.059
Insumos de aseo			\$ -23.457.931	\$ -29.322.414	\$ -36.653.018	\$ -47.278.160	\$ -60.559.588
Servicios Básicos			\$ -53.171.311	\$ -66.464.139	\$ -83.080.173	\$ -107.163.830	\$ -137.268.400
Insumos spa personas			\$ -15.638.621	\$ -19.548.276	\$ -24.435.345	\$ -31.518.773	\$ -40.373.059
Depreciación tributaria			\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904
Intereses			\$ -24.800.000	\$ -20.138.135	\$ -15.331.753	\$ -10.376.373	\$ -5.267.376
RAII			\$ 391.740.180	\$ 660.694.738	\$ 995.866.987	\$ 1.479.662.119	\$ 2.083.320.806
Impuesto	27%		\$ -105.769.849	\$ -178.387.579	\$ -268.884.086	\$ -399.508.772	\$ -562.496.618
RAIDI			\$ 285.970.332	\$ 482.307.159	\$ 726.982.900	\$ 1.080.153.347	\$ 1.520.824.188
Depreciación tributaria			\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904
INVERSIONES							
Activo fijo intangible		\$ -42.406.835					
Activo fijo tangible		\$ -1.619.928.364					
Capital de trabajo	2%	\$ -101.951.547	\$ 141.048.099	\$ 9.774.138	\$ 14.166.857	\$ 17.708.571	\$ 64.596.894
Reinversión en habitaciones					\$ -28.750.880	\$ -28.750.880	\$ -28.750.880
Reinversión en otros artículos					\$ -9.124.724	\$ -323.935	
Reinversión en tecnologías					\$ -241.221		
Reinvertir en espacios de esparcimiento					\$ -658.928	\$ -17.469.150	\$ -6.217.247
Capital propio		\$ -964.286.746					
Valor Recupero							\$ 1.185.425.987
Prestamo		\$ 800.000.000	\$ -150.382.727	\$ -155.044.592	\$ -159.850.974	\$ -164.806.355	\$ -169.915.352
Flujo de caja neto proyecto puro		\$ -1.928.573.492	\$ 316.189.607	\$ 376.590.609	\$ 582.076.934	\$ 926.065.503	\$ 2.605.517.495

VAN PP	\$	1.524.461.863
TIR Proyecto		27%

Fuente: Elaboración propia.

7.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA

TIR

En el actual proyecto la TIR generada en el proyecto puro es de 21%, lo que significa que es mayor al WACC que es de un 8,9%. Por lo que se acepta el proyecto debido a que está generando más de lo que le cuesta financiarse con deuda y patrimonio.

En el proyecto financiado se generó una TIR del 27 % siendo este % mayor al obtenido en el WACC, por ende se acepta el proyecto.

7.3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 78: Detalle financiamiento.

Detalle	Cantidad	Porcentaje	Tasa
Préstamo	\$ 800.000.000	48%	3%
Capital Propio	\$ 400.000.000	24%	14%
Inversionista ángeles	\$ 478.945.219	29%	15%
Inversion Total	\$ 1.678.945.219	100%	

Fuente: Elaboración propia.

El préstamo se investigó con un ejecutivo del Banco BCI encargado de área empresas, el cual dio la información que el monto máximo de un préstamo según la envergadura del proyecto de es \$800.000.000 y la tasa anual correspondiente.

Inversionistas los ángeles son personas independientes a quienes se les presenta el proyecto y ellos deciden si quieren invertir y fijan la tasa correspondiente.

Y finalmente el capital propio es la inversión de los creadores del proyecto y la tasa se calculó según el Modelo CAPM.

7.4. COSTO DE CAPITAL

Para el cálculo del costo de capital es necesario conocer la tasa de rentabilidad exigida por los inversionistas en este caso el proyecto tendrá tres tipos de financiamiento diferentes, préstamo bancario, inversionista los ángeles y capital propio, la cual se calculó a través del modelo de CAPM, al cual se agregó EMBI, debido a que no existen Resort de características similares en Chile cotizantes en la bolsa de valores

$$K_a = R_f + \beta_{pe} * (R_m - R_f)$$

Fuente: Finanzas corporativas, Ross, Westerfield, Jaime, Octava Edición, Capítulo 10.

Figura 21: Fórmula CAPM.

El beta se sacó de la base de datos “BETAS DAMODARAN” la cual entrega las distintas betas de industrias estadounidenses.

Rf, la tasa de libre riesgo, se calculó con BCP5 la cual tiene un valor de 4,31%

Rm, la tasa de mercado correspondiente al IPSA que tiene un valor de - 9,02%.

Tbill según los indicadores de mercado LarrainVial es de 3,05%

El cálculo del CAPM es el siguiente:

Tabla 79: CAPM

CAPM	13,55%	$4,31\% + 0,94 * (12,8\% - 4,31\%) + (4,31\% - 3,05\%)$
-------------	---------------	---------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente el cálculo del costo de capital es el siguiente:

Tabla 80: WACC

WACC	8,9%	$(45\% * 3,1\%) * (1 - 0,27) + 23\% * 14\% + 32\% * 15\%$
-------------	-------------	-----------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

7.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

VAN

En el caso del Family Pets Resort la VAN del proyecto puro que se obtiene al hacer los flujos hasta el quinto año es \$1.268.939.573 es mayor a 0 por lo que es un proyecto rentable, generando un beneficio.

En el caso del proyecto financiado la VAN fue de \$1.524.461.863, siendo también mayor a 0.

7.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGO

Los escenarios fueron determinados de la siguiente manera:

Optimista

- Precio sube un 20%
- Tasa de ocupación 100%
- Tasa de endeudamiento aumenta 2.8

- Habitación personas \$ 333.882
- Habitaciones mascotas \$ 31.440
- Planes por el día personas el precio ponderado sería de \$ 74.731
- Plan por el día perro el precio ponderado sería de \$ 16.000
- Servicios SPA el precio ponderado sería de \$ 58.400

Neutro: Corresponde a la propuesta de precios y tasa de ocupación que se realiza en este Plan de Negocios.

Pesimista

- Precio cae un 50%.
- Tasa de ocupación 15%
- Tasa de endeudamiento 3.8

- Habitación personas \$ 139.118
- Habitaciones mascotas \$ 13.100
- Planes por el día personas el precio ponderado sería de \$ 31.138
- Plan por el día perro el precio ponderado sería de \$ 6.667
- Servicios SPA el precio ponderado sería de \$ 24.333

Análisis de riesgo: Determinación de VAN y TIR

Tabla 81: Resumen escenarios.

ESCENARIO	VAN PP	TIR PP	VAN PF	TIR PF
Optimista	\$ 10.893.121.520	93%	\$ 11.330.603.903	121%
Neutro	\$ 885.867.659	18%	\$ 1.131.312.521	23%
Pesimista	\$-2.628.559.867	-23%	\$ -2.458.706.874	-29%

Fuente: Elaboración propia.

En un escenario optimista, la VAN PP arroja un valor de \$ 10.893.121.520 y la VAN PF \$ 11.330.603.903.

La TIR en el PP arroja un $93% > 8,8%$. Y la TIR del PF arroja un $121% > 8,8%$, por ende el proyecto en ambos casos sería totalmente rentable ya que la VAN ES > 0 , y en el caso de la TIRes mayor que el WACC, por lo que se aceptaría el proyecto. **(Véase Anexo 20)**

En un escenario pesimista, la VAN PP arrojó un valor de \$ -2.628.559.867 y la VAN PF \$ -2.458.706.874

La TIR PP arroja un $-23% < 9,13%$. Y la TIR PF $-29% < 9,13%$, por ende el proyecto en este caso no sería rentable y no se podría llevar a cabo de esta forma. **(Véase Anexo 21)**

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Family Pets Resort buscará ser el resort preferido por las familias preferentemente de la Región Metropolitana, reconocido por sus servicios de hotelería, spa, recreación, esparcimiento, relajación, seguridad, tranquilidad, compromiso de sus colaboradores, servicios de excelencia y sobretodo la calidad de sus instalaciones. Las operaciones de la organización se desarrollaran en el marco de valores como transparencia, la confortabilidad, calidad e innovación.

En primera instancia, el negocio implementará una estrategia de entrada (crecimiento) intensiva a través de la penetración de mercado, realizando importantes esfuerzos de comunicación y de vinculación con organizaciones conexas tanto a nivel regional como nacional.

Las ventajas competitivas con las que contará Family Pets Resort corresponderá principalmente a la diferenciación del servicio, siendo éste pionero y único en Chile. El personal contará con experiencia y un excelente servicio al cliente ya que el resort proporcionará al personal capacitaciones anuales. Consecuentemente, la cadena de valor proyectada cuenta con un eslabón primario (operaciones) en el cual se quiere abarcar las instalaciones del resort y los procesos de atención a los clientes.

A los colaboradores se les inculcará una cultura centrada en la persona, donde el individuo será considerado como el eje principal de la organización, diseñado para servir a sus miembros. Cada colaborador deberá estar dispuesto siempre a ayudar, a satisfacer las necesidades y resolver los problemas de sus clientes y mantener una cercanía amable con la comunidad Family Pets Resort.

Uno de los factores dominantes para operar con eficacia será la proximidad a los clientes, ya que es primordial establecer una ubicación estratégica para el correcto funcionamiento del resort, además de una adecuada conectividad con el sistema del transporte público y privado. La ubicación específica de Family Pets Resort será Paradero #41, Sector Cajón Grande, Olmué, Región de Valparaíso, Chile.

El estudio del proyecto arrojó un VAN de \$1.208.755.946, una TIR del 21%, entregando perspectivas positivas de crecimiento futuro para incrementar la cobertura del servicio a nivel nacional.

Para finalizar y de acuerdo al exhaustivo y cuidadoso diseño del plan de negocios del proyecto de la nueva empresa, el cual incluye análisis del tipo estratégico, marketing, dirección de personas, operaciones y financiero, se afirma que es viable la implementación de este proyecto de Resort, no solo por los beneficios económicos que aporta a los propietarios del negocio, sino también por la implementación de un nuevo concepto en la industria del hospedaje y entretenimiento, mejorando la calidad del servicio entregado, incentivando a los actuales competidores a ampliar y mejorar su oferta, impactando positivamente al bienestar de los consumidores de los servicios de hospedaje y entretenimiento en la Comuna de Olmué.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Gestión del Talento Humano, Idalberto Chiavenato, tercera edición.
- Administración Estratégica, Fred R. David, decimocuarta edición
- Plan de Negocios Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio, Karen Weinberger Villarán, primera edición 2009.
- Administración Estratégica teoría y casos, Thompson Peteraf, Gamble Strickland, 18° edición
- Remuneraciones Manual de Contabilidad Financiera Fundamentos según IFRS-93101, Néstor Pérez Poll, primera edición
- Administración de Operaciones procesos y cadena de valor, Lee Krajewski, Larry Ritzman, Manoj Malhotra, Octava Edición

10. WEBGRAFÍA

- <https://biblioteca.digital.gob.cl/handle/123456789/854>
- http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf
- <http://www.uchile.cl/portal/investigacion/programas-de-investigacion-domeyko/linea-biodiversidad/proyectos-e-iniciativas/biodiversidad-y-turismo/52067/contexto>
- http://repositorio.conicyt.cl/bitstream/handle/10533/171313/INVESTIGACION_EN_TRANSPORTE_EN_CHILE_AREAS_DE_INVESTIGACION_Y_CAPACIDADES_INFORME_DE_ESTADO_DEL_ARTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- <http://www.economia.gob.cl/areas-de-trabajo/subs-turismo/turismo>
- <https://www.emol.com/noticias/Economia/2017/12/22/888510/El-nuevo-mapa-de-la-poblacion-en-Chile-Revisa-los-datos-del-Censo-comuna-por-comuna.html>
- <https://www.euromonitor.com/>
- <https://www.sernatur.cl/>
- <https://www.lider.cl/supermercado/search?Ntt>
- <https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/>
- www.cencosud.com
- <https://www.falabella.com/falabella-cl/>
- <https://simple.ripley.cl/>
- <https://www.xerox.com/index/esmx.html>
- <https://www.hites.com/>
- <https://www.abcdin.cl/>
- <https://www.tramontinastore.cl/>
- <https://www.beautystore.cl/>
- http://www.harvia.cl/Disenos_Estandares
- <https://www.cosmeticaval.cl/tienda/>
- <http://www.mundomasaje.cl/>
- <https://best.aliexpress.com/>

- <http://pesaschile.cl/catalogo/catalogo.pdf.pdf>
- <http://www.befoods.cl/>
- <http://www.starkee.cl/>
- <http://www.abastible.cl/productos/medidores/tarifa-medidores-2/>
- <http://www.elgranizo.cl/contacto.htm>
- <http://www.terminamostucasa.cl/Jard%C3%ADn,-pasto-y-riego.php>
- <http://propiedadeszorba.cl/portal/?property=cod-572-1-hectarea-en-sector-cajon-grande-olmue>
- <http://www.achs.cl/portal/Paginas/Home.aspx>
- <https://www.isotools.org/normas/>
- <http://www.muniolmue.cl/>
- Ministerio del Interior y Seguridad Pública
- <https://www.emol.com/noticias/Economia/2018/05/30/907976/OCDE-eleva-a-36-proyeccion-de-crecimiento-de-Chile-y-destaca-politicas-proinversion-del-gobierno.html>
- <https://www.emol.com/noticias/Economia/2018/05/30/907976/OCDE-eleva-a-36-proyeccion-de-crecimiento-de-Chile-y-destaca-politicas-proinversion-del-gobierno.html>
- <https://www.emol.com/noticias/Economia/2018/05/30/907976/OCDE-eleva-a-36-proyeccion-de-crecimiento-de-Chile-y-destaca-politicas-proinversion-del-gobierno.html>
- <https://www.emol.com/noticias/Economia/2018/05/30/907976/OCDE-eleva-a-36-proyeccion-de-crecimiento-de-Chile-y-destaca-politicas-proinversion-del-gobierno.html>

11. ANEXOS

Anexo 1

a. Matrices de la misión

¿Qué hacemos?	Ofrecemos servicios de hotelería, spa, recreación, esparcimiento, relajación y por sobre todo seguridad y tranquilidad.
¿Para quién lo hacemos?	Nuestros servicios son para familias las cuales quieren disfrutar sus vacaciones con sus perros en el resort.
¿Dónde lo hacemos?	El resort va estar ubicado en Olmué, ya que permitirá disfrutar de la naturaleza que este ofrece.
¿Cómo lo hacemos y con qué valores?	Lo haremos siendo responsables con el medio ambiente, contribuyendo a la disminución del consumo eléctrico con la instalación de paneles solares. Seremos los pioneros en contar con entretención, cuidados y belleza para sus mascotas, ellos podrán disfrutar al igual que las personas. Los valores principales que va a destacar en nuestro resort serán la transparencia, la confortabilidad que tendrán mascotas y personas, la excelente calidad del servicio y por último la innovación.

Matriz B

Misión del negocio
Nuestra empresa está orientada a entregar servicios de hotelería, spa, recreación, esparcimiento, relajación, seguridad y tranquilidad. Para satisfacer completamente las necesidades requeridas por los clientes y sus mascotas. En un lugar sereno entre la naturaleza y confortable, logrando así cumplir con las expectativas de nuestro clientes.

b) Matrices de visión

Matriz 1: Respuesta acerca del Futuro del Negocio

Respuesta acerca del futuro del negocio.
¿Cuál es la imagen futura que queremos proyectar de nuestra Empresa? Nuestra proyección es lograr ser pioneros en mercado de hotelería y entretenimiento el cual incluya familias y mascotas
¿Cuáles son nuestros deseos o aspiraciones como Empresa? Nuestros deseos y aspiraciones es posicionarnos en el mercado de manera tal que tengamos un reconocimiento a nivel nacional.
¿Dónde queremos llegar? Queremos llegar a que tanto turistas nacionales como internaciones prefieran nuestro resort para sus vacaciones.

Matriz 2: Proyección de futuro

¿Qué dice el titular de la revista acerca de nuestra empresa?
Espectacular resort de familias y sus mascotas gana Travellers' Choice
¿Qué dice el subtítulo 1 del artículo acerca de nuestra empresa?
Resort de mascotas y familias número 1 en Chile. Y 3° a nivel latinoamericano.
¿Qué dice el subtítulo 2 del artículo acerca de nuestra empresa?
Único en Chile donde las mascotas pueden disfrutar de los mismos beneficios que sus dueños
¿Qué dice el subtítulo 3 del artículo acerca de nuestra empresa?
El panorama ideal para poder relajarte al 100%, sin preocupaciones.

Matriz 3: Identificación y clasificación de los elementos de la visión del negocio

ELEMENTOS DE LA VISIÓN DEL NEGOCIO.	
Valores	Transparencia, confortabilidad, calidad, comprometidos con el medio ambiente e innovación.
Futuro imaginado	Ser pioneros en mercado de hotelería y entretención el cual incluya familias y mascotas. Ser reconocidos por Travellers' Choice.
Propósito o razón de ser	Posicionarnos en el mercado de manera tal que tengamos un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Matriz 4: Propuesta de Visión del Negocio

VISIÓN DEL NEGOCIO
Ser reconocido como el mejor resort para familias amantes de las mascotas, mediante la innovación constante de las operaciones, infraestructura, programas para el desarrollo de nuestros trabajadores y así poder brindar el mejor servicio al cliente.

Identificación de los elementos y ámbitos respectivos

Componentes o Elementos de la Visión, Modelo Collins - Porras

Elementos	Visión	
Ideología Central	valores	Transparencia, confortabilidad, calidad, comprometidos con el medio ambiente e innovación.
	propósito	Posicionarnos en el mercado de manera tal que tengamos un reconocimiento a nivel nacional e internacional.
futuro imaginado	MAGS	Ser pioneros en mercado de hotelería y entretenimiento el cual incluya familias y mascotas. Ser reconocidos por Travellers' Choice.

Componentes o Ámbitos de la Misión

MODELO DE LA MISIÓN DE HAX Y MAJLUF	
Ámbito	
Producto	Prestamos servicios los cuales consisten en; hospedaje, spa (personas/mascotas), guardería de mascotas, entretenimiento, áreas verdes, piscinas y alimentación
Mercado	Para las familias amantes de las mascotas
Geográfico	Estará ubicado en la quinta región, específicamente la Comuna de Olmué.
Liderazgo competitivo	Nos daremos a conocer por nuestro servicio de calidad, atención personalizada a cada mascota, una infraestructura adecuada a los servicios que se van a ofrecer.

Factores analizados o que hayan sido considerados en la definición de la V y M

Los factores que consideramos para la definición de la visión y misión, las cuales se realizaron a través de fuentes secundarias, en donde se analizaron diferentes ejemplos de resort con similares características a la de nuestra idea de negocio.

Cabe considerar que también se planteó de forma grupal las ideas de la forma que se quiere estructurar este resort para personas y sus mascotas.

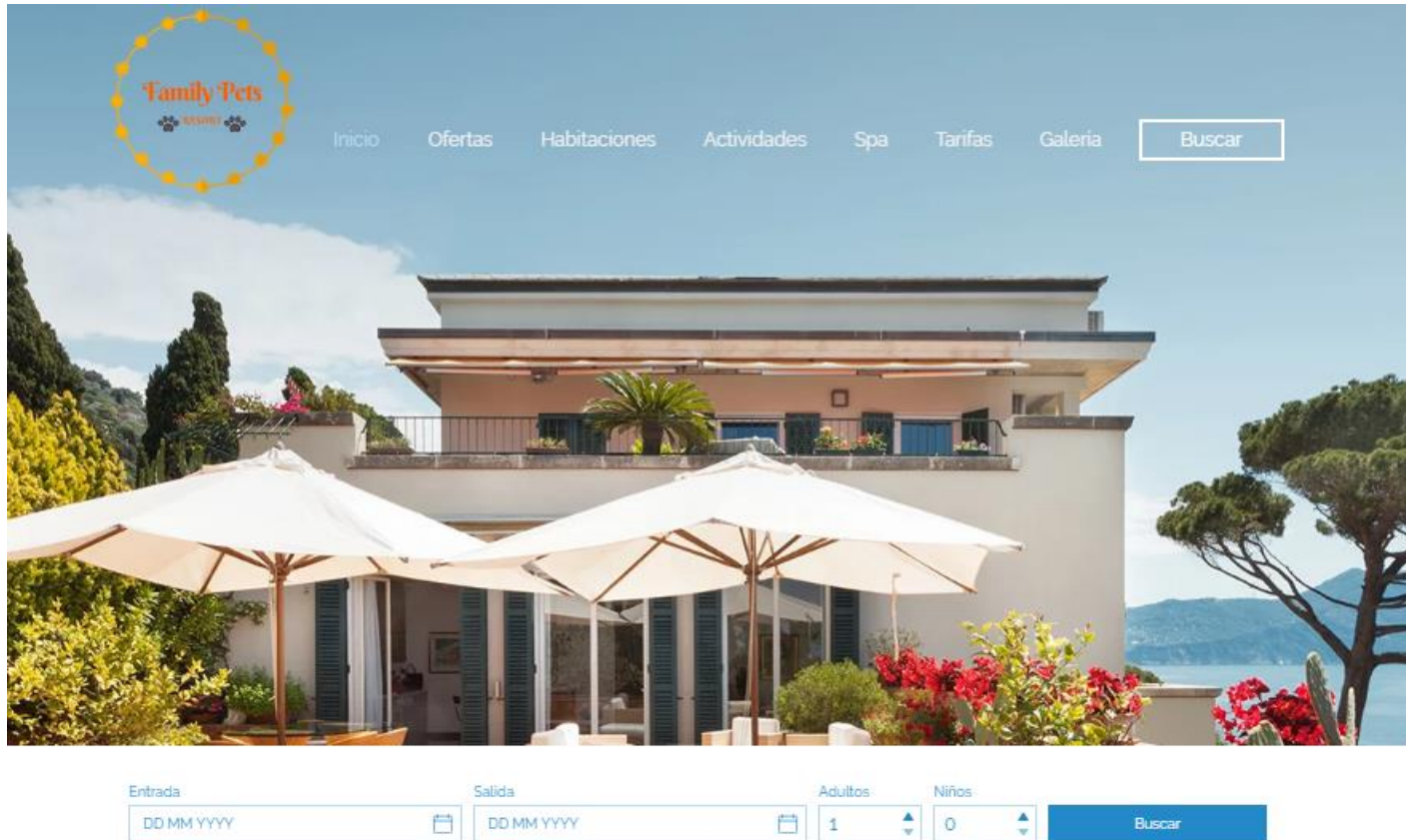
Anexo 2

Demanda Potencial

Demanda potencial								
<i>Estadísticas de la regresión</i>								
Coefficiente de correlación múltiple	0,999869078							
Coefficiente de determinación R ²	0,999738173							
R ² ajustado	0,999345433							
Error típico	40333,28089				Y=-6175700,51+99,18 X1 +0,59 X2+-2,61 X3			
Observaciones	6							
ANÁLISIS DE VARIANZA								
	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>			
Regresión	3	1,24231E+13	4,14103E+12	2545,545209	0,000392715			
Residuos	2	3253547095	1626773547					
Total	5	1,24263E+13						
	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Intercepción	-6175700,513	1533041,892	-4,028396449	0,056454262	-12771847,39	420446,3678	-12771847,39	420446,3678
Variable X 1	99,17501224	27,07091583	3,663526304	0,067095772	-17,30173767	215,6517621	-17,30173767	215,6517621
Variable X 2	0,592691047	0,015175823	39,05495311	0,000654969	0,527394751	0,657987342	0,527394751	0,657987342
Variable X 3	-2,609711328	0,586720681	-4,447962061	0,047009422	-5,134166666	-0,08525599	-5,134166666	-0,08525599

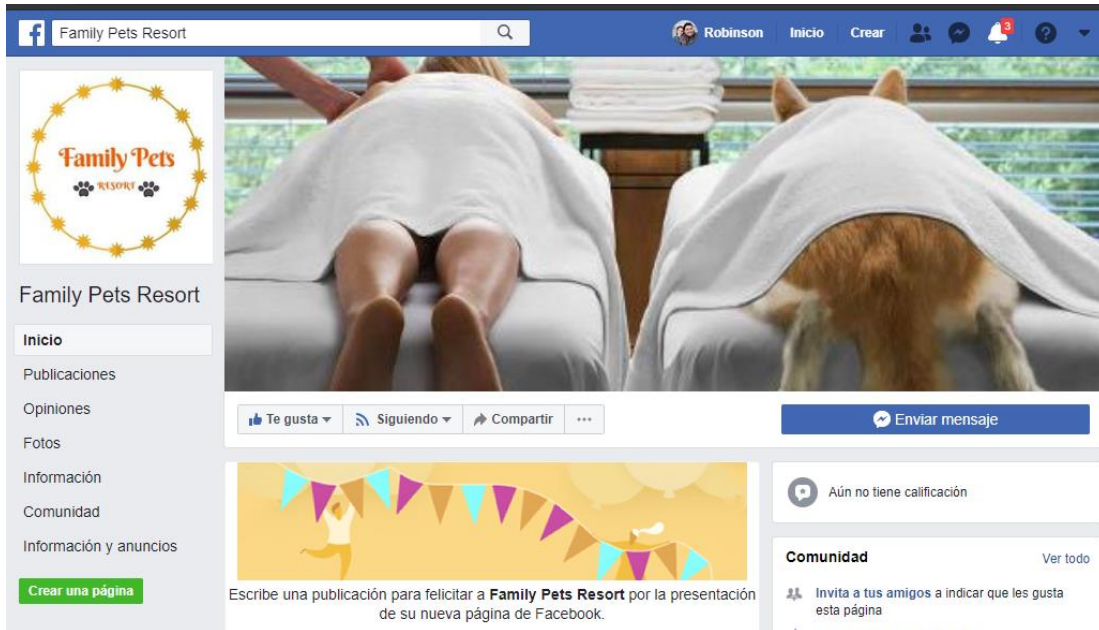
Anexo 3

Página Web



Anexo 4

Facebook



Instagram



Anexo 5

Letreros camineros





**Paradero #41, Sector
Cajón Grande, Olmué**



Anexo 6

Habitaciones totales	Número de habitaciones	Precio	Ponderación	Personas diarias
Habitación suite doble	6	\$200.000	14,71%	12
Habitación suite doble + 1 cama individual con ventana	5	\$280.000	20,59%	15
Habitación suite doble + 1 cama individual sin ventana	3	\$260.000	19,12%	9
Habitación suite doble + 2 camas individuales con ventana	1	\$320.000	23,53%	4
Habitación suite doble + 2 camas individuales sin ventana	3	\$300.000	22,06%	12
Precio promedio ponderado			\$278.235	52

Habitaciones mascotas total	Número de habitaciones	Precio	Ponderación
Habitación perros chicos y mediano	10	\$25.000	60%
Habitación perro grande	6	\$28.000	40%
Precio promedio ponderado			\$26.200

Supuesto ocupacion resort anual 40%(SERNATUR)	Anual (360)	Habitaciones ocupadas anualmente
Habitaciones ocupadas personas	18	6480
Habitaciones ocupadas perros	16	5760
Totales	34	12240
Ingreso anual por habitaciones	\$781.550.682	

Planes por el día	Cantidad de personas	Precio	Ponderación
Standar personas	25	\$50.000	28,74%
Premium personas	15	\$80.000	45,98%
Valor entrada niños 2-11 años	10	\$44.000	25,29%
Total	50	\$174.000	
Precio promedio ponderado		\$62.276	

Planes por el día	Cantidad de personas	Precio	Ponderación
Standar perros	15	\$10.000	66,67%
Premium perros	10	\$20.000	33,33%
Total	25		
Precio promedio ponderado		\$13.333	

Supuesto ocupacion resort anual 40%(SERNATUR)	Anual (360)	Personas anual
Plan por día personas	50	18000
Plan por día perro	25	9000
Totales	75	27000
Ingreso anual por planes día	\$496.385.007	

Servicios extras 40%	Cantidad de personas diarias	Anual (360)	Anual 40%	Precio promedio
Servicios SPA	40,8	14688	5.875,20	\$48.667
Total ingresos del spa		\$285.926.400		

Anexo 7

Detalle de la construcción

El Servicio estándar de Piscinas de Hormigón incluye:

- Borde de hormigón desnudo.
- Equipos y accesorios de primera calidad (filtro, bomba, retornos y skimmer).
- Traslados de equipos y materiales.
- Tablero eléctrico.
- Áridos y materiales generales.
- Excavación con retroexcavadora.
- Retiro de escombros.
- Habilitación ducto red de calefacción futura.
- 1 foco halógeno.
- Timer.
- Baño químico mientras dure la obra.
- Puesta en marcha y asesoría experta.
- 1 mes del Servicio Mantenimiento de Piscinas DE REGALO* (2 meses si pagas al menos el 30% con CMR).

*Sólo para Piscinas en RM y V región.

Anexo 8

Presupuesto construcción multicancha



Presupuesto Construcción de multicancha, iluminación y cierre perimetral

Item	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total	
0. GENERALIDADES					
TRÁMITES MUNICIPALES (SÓLO SI CORRESPONDE)					
0.1	Permiso Municipal (si corresponde)	GL	1	\$ 350.000	\$ 350.000
0.2	Recepción final (si corresponde)	GL	1	\$ 350.000	\$ 350.000
1. OBRAS PREVIAS					
1.1. INSTALACIÓN DE FAENAS					
1.1.1.	Letrero de obras	N°	1	\$ 100.000	\$ 100.000
1.1.2.	Construcciones provisionales (detallar)	GL	1	\$ 320.000	\$ 320.000
1.1.3.	Instalaciones provisionales (detallar)	GL	1	\$ 200.000	\$ 200.000
2. OBRA GRUESA					
2.1.	Escarpe y movimientos de tierra	M2	600	\$ 1.500	\$ 900.000
2.2.	Tratamiento herbicida	M2	576	\$ 850	\$ 489.600
2.3.	Base estabilizada	M3	86,4	\$ 2.100	\$ 181.440
2.4.	Extracción de escombros	M3	86,4	\$ 4.500	\$ 388.800
2.5.	Carpetas de Hormigón	M2	576	\$ 9.800	\$ 5.644.800
2.5.1.	Alisado superficie radler	M2	576	\$ 1.800	\$ 1.036.800
2.5.2.	Juntas de dilatación	ML	336	\$ 560	\$ 188.160
2.5.3.	Solerillas de borde	ML	100	\$ 5.800	\$ 580.000
2.5.4.	Demarcación de canchas (Trazados deportivos)	GL	1	\$ 320.000	\$ 320.000
3. EQUIPAMIENTO DEPORTIVO					
3.1.	Arcos minifutbol	N°	2	\$ 285.000	\$ 570.000
3.2.	Tableros básquetbol	N°	2	\$ 285.000	\$ 570.000
3.3.	Postes de anclaje implementos deportivos (tenis y/o voleibol)	N°	2	\$ 136.000	\$ 272.000
4. CIERRE PERIMETRAL					
4.1.	Pefiles principales(largueros y pies derechos)	TIRAS	90	\$ 26.000	\$ 2.340.000
4.2.	Fundaciones (dados de hormigón)	M3	2,56	\$ 54.826	\$ 140.355
4.3.	Malla bizzocho y alambre 50/14	M2	180	\$ 1.789	\$ 322.020
4.4.	Portón acceso vehicular (2)	N°	1	\$ 189.600	\$ 189.600
4.5.1.	Pintura Anticorrosiva	M2	300	\$ 1.850	\$ 555.000
4.5.2.	Esmalte de terminación	M2	300	\$ 1.850	\$ 555.000
5. PROTECCIÓN CANCHA					
5.1.	Pastelones de hormigón (en acceso a canchas)	M2	2	\$ 15.000	\$ 30.000
6. ILUMINACIÓN					
6.1.	Proyecto y tramitación SEC	N°	1	\$ 320.000	\$ 320.000
6.2.	Instalación eléctrica subterránea (incluye excavación)	GL	1	\$ 830.000	\$ 830.000
6.3.	Suministro e instalación de reflectores (8)	N°	8	\$ 98.200	\$ 785.600
6.4.	Postes galvanizados 3"X10 m altura (4)	N°	4	\$ 410.000	\$ 1.640.000
6.2.	Poyos de Fundación postes	M3	1	\$ 54.826	\$ 54.826
Costo neto				\$ 20.224.001	
GG y utilidades 25%				\$ 4.044.800	
Total sin IVA				\$ 24.268.801	
IVA 19%				\$ 4.611.072	
TOTAL CON IVA				\$ 28.879.873	
UF				1266,24	
UF /m2				19,79	

Nota: El presupuesto es estimativo, los valores aquí señalados son en base a precios de mercado. Cada contratista deberá ejecutar su propio presupuesto, del cual se hará responsable.

Se recomienda considerar este modelo de presupuesto para la ejecución de proyectos de Multicanchas.

Se debe verificar en la Dirección de Obras Municipales, si la obra requerirá Permisos de construcción y Recepción Final Municipal.

Anexo 9

Detalle construcción, instalación de pasto y sistema de riego

Inversión en Obras Físicas	Mts 2	Costo (UF)	Costo (Pesos)	Total UF	Valor UF	Total
Habitaciones y areas comunes de resort	1863,36	25		46584	27381,79	\$1.275.553.305
Instalacion pasto	5000		3500			\$17.500.000
Intalacion sistema de riego	5000		4000			\$20.000.000

Anexo 10

Descripción de Cargos

1. Puesto	Gerente General
Descripción General	<ul style="list-style-type: none">- Se encarga de la administración, control y desarrollo del Resort verificando que todas las demás áreas departamentales estén funcionando de la mejor manera posible.- Verifica que las políticas de la empresa y los objetivos que deban cumplirse.- Verifica que cada departamento esté cumpliendo los objetivos planteados, aportando excelente calidad de servicio.- Administra la gestión de recursos humanos, comercialización, seguridad, calidad y coordinación todos los aspectos necesarios para el correcto funcionamiento del Resort.
Relaciones	Reporta a equipo de staff creador del proyecto.
Escolaridad	Ingeniero Comercial o Ingeniero Civil Industrial.
Experiencia Mínima	5 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">- Inglés Avanzado- Relaciones públicas- Marketing- Recursos Humanos- Contabilidad- Sistema tecnológicos

2.-Puesto	Seguridad
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisa todas las actividades referentes a la seguridad y específicamente es responsable de la plena satisfacción de los clientes en cuanto a la supervisión constante por las diferentes áreas del Resort.
Relaciones	Reporta a Gerente de Operaciones.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa - Tener OS 10 al día.
Experiencia Mínima	1 año
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de armas - Defensa personal - Primeros auxilios

3.- Puesto	Meseros
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar el servicio de alimentos y bebidas incluidos en nuestro menú al huésped y/o visitante de forma personalizada en un ambiente agradable propendiendo por su satisfacción...
Relaciones	Reporta a Chef ejecutivo.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa...
Experiencia Mínima	<ul style="list-style-type: none"> - 1 año
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Excelente presentación - Inglés medio. - Don de servicio.

4.- Puesto	Chef Ejecutivo
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Administrar los recursos materiales para optimizar la producción del área de la cocina, en términos de calidad de los platos y tiempo invertido en vista de la satisfacción del cliente y fidelización de ellos. - Crear, planificar y renovar los menús, para mantener el interés del cliente, sin descuidar la relación de los costes y precios de cada plato.
Escolaridad	- Técnico en Gastronomía o carrera afín.
Experiencia Mínima	1 año
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo del personal - Habilidades culinarias. - Conocimientos de higiene. - Conocimientos de valores en relación a los precios de cada producto a utilizar.

5.- Puesto	Jefe de Recursos Humanos
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Es el responsable de todo lo relacionado con el control de recursos humanos - Debe mantener un clima laboral favorable. Organizar los subsistemas de RR.HH. - Mediar los conflictos entre empleados. - Velar por el bienestar de las relaciones empleado-empresa.
Relaciones	Trabaja en conjunto con otros directivos y reporta a Gerente General.
Escolaridad	- Psicólogo Industrial, Ingeniero Comercial o carrera afín
Experiencia Mínima	3 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - amplio conocimiento en leyes laborales - Alta capacidad de relacionarse con todos los niveles de la empresa - Don de mando y liderazgo participativo.

6.-Puesto	Recepcionista
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrolla todo el proceso de ingreso de los huéspedes - Maneja la información general de los servicios del resort.
Relaciones	Reporta a Gerente de Marketing.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Técnico en administración o carrera afín. .
Experiencia Mínima	5 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Inglés Medio - Actitud y cercanía con clientes. - Conocimientos en todo tipo de tarifas

7.- Puesto	Encargado de reservaciones
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Se ocupa de gestionar la contratación anticipada de las habitaciones y los servicios que ofrece el establecimiento. Su trabajo es de gran importancia para lograr que el Resort consiga alcanzar los objetivos de ocupación deseados.
Relaciones	Reporta a Jefe de RRHH.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Técnico en administración o carrera afín. .
Experiencia Mínima	2 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Inglés Avanzado - Actitud y cercanía con clientes. - Conocimientos en todo tipo de tarifas. - Conoce a la perfección la oferta de servicios del hotel y sus condiciones de uso, para poder informar adecuadamente a los clientes. - Conocimientos en software.

8.-Puesto	Gerente de Marketing
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Persona responsable de liderar y coordinar el departamento de marketing. En dependencia de la dirección general, velará por la orientación al mercado de la organización. Con el fin de alcanzar los objetivos fijados anualmente para mejorar la imagen corporativa a través de la gestión óptima de los clientes y el posicionamiento de la marca, su responsabilidad se basa en sacar el máximo partido a los recursos destinados a la publicidad, promociones, joint ventures (alianzas estratégicas entre dos o más organizaciones que implican un acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo), merchandising (actuaciones que se llevan a cabo en establecimientos dirigidas a reafirmar o cambiar la conducta de compra, a favor de los artículos o servicios más rentables para el establecimiento) y otras acciones comerciales en desarrollo.
Relaciones	Reporta Gerente General y demás Gerencias
Escolaridad	Ingeniero Comercial o Ingeniero Civil Industrial.
Experiencia Mínima	5 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Inglés Avanzado - Relaciones públicas - Marketing - Recursos Humanos - Contabilidad - Sistema tecnológicos

9.- Puesto	Gerente de Operaciones
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Máximo responsable de la prestación eficiente de los servicios y la plena satisfacción de los clientes y huéspedes a través de la aplicación de las políticas operativas e institucionales definidas y la administración de los recursos humanos y materiales de su área. Dentro de sus funciones serán: <ul style="list-style-type: none"> · Dirigir y evaluar la gestión del hotel y el equipo a su cargo. · Fijación de pautas de coordinación aplicables por las áreas operativas bajo su dependencia, su seguimiento y control. · Mantenimiento de vínculos con organismos gubernamentales, medios, representantes hoteleros. · Analizar el presupuesto general del hotel y los desvíos significativos como una herramienta fundamental para la toma de decisiones. · Determinación de las necesidades estándar de insumos, materiales, recursos humanos y económicos del hotel a efectos de garantizar el mantenimiento operativo de las mismas. · Participación en el proceso de definición de políticas generales para la compañía.
Relaciones	Reporta Gerente General y demás Gerencias
Escolaridad	Ingeniero Comercial o Ingeniero Civil Industrial.
Experiencia Mínima	3 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Inglés Avanzado - Relaciones públicas - Marketing - Recursos Humanos - Contabilidad - Sistema tecnológicos

10.- Puesto	Jefe de finanzas
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Debe maximizar el rendimiento del flujo de caja del hotel, controlando los créditos, recaudación, desembolsos, depósitos y giros. - Aplica documentos, establece los controles adecuados para todas los ingresos y gastos, protege los bienes y asegura controles que satisfagan o mejoren el nivel del servicio al huésped. - Estar al tanto de todos los gastos de capital para así asegurar congruencia con la justificación original y su aprobación. - Recomienda y mantiene una lista actualizada y apropiada de delegación de autoridad para el gerenciamiento del hotel. - Conduce inspecciones y pruebas mensuales para asegurar que todos los departamentos están cumpliendo con los procedimientos requeridos.
Relaciones	Reporta Gerente General y demás Gerencias
Escolaridad	Ingeniero Comercial o Ingeniero Civil Industrial.
Experiencia Mínima	3 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Inglés Avanzado - Relaciones públicas - Marketing - Recursos Humanos - Contabilidad - Sistema tecnológicos

11.- Puesto	Jefe de instalaciones externas.
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar las actividades de mantenimiento y reparación de bienes muebles e inmuebles, proveeduría de materiales y equipos, comunicaciones, mensajería, planificando y controlando las áreas componentes del servicio, a fin de satisfacer los requerimientos de los usuarios y garantizar las óptimas condiciones de las instalaciones del Resort.
Relaciones	Reporta a Gerente de operaciones.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Ingeniero Comercial o carrera afín.
Experiencia Mínima	3 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Inglés Avanzado - Actitud y cercanía con clientes. - Conocimientos en todo tipo de tarifas y todo lo que genere costos del Resort. - Conocimientos en software.

12.- Puesto	Jardinero
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutar actividades de siembra, corte, poda, riego. Así como estas sean excavar, carpir, fertilizar y mantener en general jardines y parques. - Mantener en buen estado las áreas verdes de la Facultad.
Relaciones	Reporta a Jefe de instalaciones externas.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa.
Experiencia Mínima	1 año.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - .Trabajar y relacionarse efectivamente con otras personas. - Contribuir a la realización de los fines institucionales, planes estratégicos y valores de la institución. - Cumplir con las normas y programas de seguridad y la salud en el trabajo establecidos para su área de competencia.

13.-Puesto	Barman
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Debe preparar, mezclar, servir y decorar las bebidas alcohólicas y bebidas especiales para los clientes en el bar y para los meseros que entregarán las bebidas a los clientes sentados en la mesa. - También deberá mantener el orden e higiene del sector donde trabaja, a su vez deberá examinar y controlar las existencias de mercancías.
Relaciones	Reporta a Chef ejecutivo.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa.
Experiencia Mínima	1 año
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Inglés Medio - Actitud y cercanía con clientes. - conocimientos en las mezclas y bebidas alcohólicas.

14.-Puesto	Salvavidas
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Vigilar, prevenir y atender, brindando respuesta inmediata de rescate y primeros auxilios de emergencia a las personas en situación de riesgo, dentro y alrededor del agua en su zona de vigilancia.
Relaciones	Reporta a Jefe de instalaciones externas.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa. - Acreditación de la Armada de Chile - Estudios de especialización y/o capacitaciones en el área de salvavidas y técnicas de reanimación salvavidas. -
Experiencia Mínima	1 año

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Orientación al logro. - Trabajo en equipo. - Flexibilidad. - Pro actividad. - Comunicación Efectiva.
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

15.-Puesto	Operario de lavaplatos
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Operar y mantener los equipos y herramientas de limpieza, incluyendo la máquina lavavajillas, estaciones para lavar a mano, estación para fregar ollas y el compactador de basura. - Lavar y desinfectar el área de la cocina, las mesas, los utensilios, los cuchillos y el equipo.
Relaciones	Reporta a Chef ejecutivo.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa.
Experiencia Mínima	1 año
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo. - Flexibilidad. - Pro actividad. - Comunicación Efectiva.

16.-Puesto	Veterinarios
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Velar por la integridad y seguridad de las mascotas que lleguen alojarse al Resort. - Brindar servicios de consulta médico-veterinaria, atendiendo, examinando y controlando las mascotas que asisten al Resort, a fin de apoyar las actividades que se realizan dentro de esté.
Relaciones	Reporta a Gerente de operaciones.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Título Profesional de Médico Veterinario/a
Experiencia Mínima	2 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Leyes, normas y reglamentos sobre sanidad animal. - Tratamientos de animales. - Métodos y prácticas en el cuidado de animales.

17.-Puesto	Técnicos Veterinarios
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - El cargo consiste en realizar tareas de apoyo a labor del Médico Veterinario en todo lo que sea procedimientos, tratamientos médicos, cuidado de mascotas. - Debiendo vigilar y realizar seguimiento en todo el proceso, en lo que refiere a controles de alimentación, aplicación de medicamentos orales e inyectables, fluidoterapia, deposiciones sólidas y líquidas, llevando registro de todo evento.
Relaciones	Reporta a Gerente de operaciones.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Título Técnico Veterinario/a
Experiencia Mínima	2 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Leyes, normas y reglamentos sobre sanidad animal. - Tratamientos de animales. - Métodos y prácticas en el cuidado de animales.

18.-Puesto	Adiestrador de perros
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - El grueso del trabajo será el adiestramiento básico en obediencia ciudadana, no olvidando que el objetivo final es que el perro obedezca a su dueño. - El adiestramiento básico incluye la realización de cuatro ejercicios básicos (acudir a la llamada, sentarse, tumbarse y caminar al lado) y de algunas acciones prácticas, tales como bajar escaleras, ceder el paso en las puertas, subir y bajar ordenadamente del automóvil, etc.
Relaciones	Reporte al Gerente de Operaciones.
Escolaridad	Enseñanza media completa.
Experiencia Mínima	3 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Proporciona apoyo regular a las asociaciones de propietarios de perros. - Habilidades comunicativas. - Observador. - Paciente.

19.-Puesto	Jefe de camareros.
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Picking (preparación de pedidos) - Orden y almacenaje de productos en cámara de frío - Tareas generales en despacho y operaciones diarias
Relaciones	Reporta a Gerente de Operaciones.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Técnico en administración de empresas.
Experiencia Mínima	2 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo. - Flexibilidad. - Pro actividad. - Comunicación Efectiva.

20.-Puesto	Encargado de lavandería y planchado.
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional que se ocupará de la limpieza, lavado, higiene y clasificación de la lencería y la ropa del personal, de las prendas de los huéspedes que se alojan en el Resort.
Relaciones	Reporta a Gerente de operaciones
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa.
Experiencia Mínima	<ul style="list-style-type: none"> - 1 año
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Excelente presentación - Inglés medio. - Don de servicio.

21.-Puesto	Mucama
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Debe controlar y mantener disponibles la cantidad necesaria y en condiciones óptimas los elementos, artículos, máquinas y equipos de trabajo requeridos para realizar su labor. - También debe mantener en orden y limpias las áreas de trabajo, así como también de informar a quien corresponda de las tareas de reposición o mantenimiento que haya que realizar para poder cumplir con lo mencionado en este párrafo con anterioridad y si es necesario de realizar pedidos o reclamos.
Relaciones	Reporta a Jefe de camareros.
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa
Experiencia Mínima	1 año

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Excelente presentación - Inglés medio. - Don de servicio.
---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

22.-Puesto	Masajista
Descripción General	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar masajes o tratamientos de manera profesional y personalizada a nuestros miembros y huéspedes - Garantizar que todas las áreas de trabajo estén limpias y acomodadas según los procedimientos. - Responder las preguntas de los clientes con conocimiento y de manera profesional.
Relaciones	Reporta a Gerente de Operaciones
Escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza media completa - Curso al día de masajista.
Experiencia Mínima	1 año
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos profesionales acerca del cuidado de la piel - Flexibilidad. - Pro actividad. - Comunicación Efectiva.

23.-Puesto	Contador
Descripción General	- Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.
Relaciones	Reporta a Jefe de Finanzas
Escolaridad	- Contador Auditor o carrera afín.
Experiencia Mínima	3 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - capacidad numérica. - Capacidad de lenguaje. - Conocimientos contables. - Conocimientos, tributarios y financieros.

24.- Puesto	Cocinero
Descripción General	- Preparación y elaboración de los alimentos y bebidas que consumen los huéspedes o clientes, cumpliendo con las reglas de higiene y buenas prácticas
Escolaridad	- Enseñanza media completa
Experiencia Mínima	3 años
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidades culinarias. - Conocimientos de higiene. - Mantenimiento en el área de cocina - Elaboración de alimentos - Nutrición y dietética

Anexo 11

CONTRATO DE TRABAJO

En Santiago de Chile, a ____ de _____ de _____, entre _____, Rut N° _____, representada por don _____, ambos domiciliados para estos efectos en _____, comuna de _____, por una parte y en adelante la “Empresa” o el “Empleador”; y por la otra y en adelante el “Trabajador”, don _____, chileno, nacido el día ____ de ____ de _____, cédula nacional de identidad N° _____, domiciliado en _____, comuna de _____, ciudad de _____, se ha celebrado el siguiente Contrato de Trabajo:

PRIMERO: Relación Laboral. El Empleador contrata al Trabajador para desempeñar el cargo y prestar los servicios de _____, lo que comprende todas las labores inherentes a dichas funciones, así como el desarrollo de todos los proyectos o negocios que el Empleador le encomiende.

SEGUNDO: Desempeño del Cargo. El Trabajador desempeñará sus funciones en las oficinas principales del Empleador, como asimismo en todos aquellos lugares dentro y fuera de Santiago y de Chile, en que la gestión de los negocios lo requiera.

TERCERO: Jornada de Trabajo. Alternativa 1: [La jornada ordinaria de trabajo será de 45 horas semanales, distribuidas de lunes a viernes de ____ horas y hasta las _____ horas, con una interrupción de 60 minutos para colación. El tiempo destinado a colación no se considerará trabajado para enterar la duración de la jornada de trabajo. El horario en el cual se otorgue este periodo de colación será flexible, debiendo considerar las necesidades del servicio].

Alternativa 2: [Dada la naturaleza del cargo y de los servicios que prestará el Trabajador y de conformidad a lo dispuesto en el Artículo 22 del Código del Trabajo, el Trabajador no se

encontrará sujeto a jornada ordinaria o determinada de trabajo, debiendo efectuar sus mejores esfuerzos para el mejor desempeño de su cometido y el logro de los fines propuestos por el Empleador al contratarlo, todos los cuales son conocidos del Trabajador].

Las partes declaran expresamente que el cargo es de la exclusiva confianza de la Empleadora y por ello requiere dedicación exclusiva del Trabajador en el desempeño de sus funciones, siendo esta obligación uno de los elementos esenciales para su contratación.

CUARTO: Remuneración. La remuneración del Trabajador estará constituida y se pagará de la siguiente forma:

1. Sueldo base bruto mensual, ascendente a la cantidad de \$ ____.- (*en palabras*), que se pagará por mensualidades vencidas en las oficinas de la Empresa, el último día hábil de cada mes.
2. Gratificación bruta anual que será pagada mensualmente al Trabajador en la cantidad equivalente a una doceava parte de 4,75 ingresos mínimos mensuales. Dicha cantidad, en el caso que el Empleador tenga utilidades, se imputará, en primer lugar, al pago de la gratificación legal y si no tuviere utilidades se considerará como una gratificación contractual garantizada.

Se deja expresa constancia que con esta gratificación el Empleador ha hecho uso de su opción para pagar la gratificación legal de acuerdo a la modalidad establecida en el artículo 50 del Código del Trabajo. En ningún caso procederá el pago de la gratificación conforme al procedimiento establecido en el artículo 47 del mismo Código.

Extraordinariamente, el Empleador podrá otorgar premios o bonos ocasionales al Trabajador, adicionales a la remuneración ordinaria, y sin que ello signifique que dichos premios o bonos pasan a formar parte del sueldo o cualquier otro tipo de remuneración.

El Trabajador autoriza expresamente al Empleador para que se le descuenta de sus remuneraciones el tiempo no trabajado debido a atrasos, inasistencias y permisos.

De las cantidades indicadas en los párrafos anteriores, el Empleador descontará los montos correspondientes a cotizaciones de seguridad social e impuestos.

QUINTO: Confidencialidad. El Trabajador se obliga a guardar total reserva, dentro y fuera de la Empresa, de todos los hechos, antecedentes e informaciones de que tome conocimiento en el ejercicio de sus funciones o derivados de las actividades y negocios del Empleador y sus sociedades relacionadas, lo que considera en general pero no exclusivamente, estudios, desarrollos informáticos, tecnología aplicada y cualquier otro dato o antecedente de propiedad del Empleador y sus sociedades relacionadas, aún después de producida la terminación del presente Contrato. El Trabajador consiente que está prohibida la divulgación, transferencia a cualquier título, comunicación, alteración, modificación o copia de dichos antecedentes e informaciones, así como la utilización indebida o para otros propósitos que no sean sus labores. Además, el Trabajador se obliga a la protección de la información suministrada por el Empleador, debiendo tomar las medidas de seguridad apropiadas para la protección contra el acceso o difusión no autorizados

SEXTO: Propiedad Intelectual. Las partes dejan expresa constancia y el Trabajador declara en forma explícita que todo y cualquier procedimiento, marca, modelo, sistema, programa computacional o software, desarrollo o aplicación informática, proyecto u otro, y en general, cualquier invención o creación y cualquier otro elemento de éstos o derivado de ellos, de que conozca o en el que intervenga el Trabajador, sea en forma directa o indirecta en el desempeño de sus labores, pertenece y pertenecerá única y exclusivamente

al Empleador, o a quien éste designe, sin pago adicional de ninguna especie para el Trabajador, aun cuando sea efectivamente su autor o creador.

SEPTIMO: Duración y vigencia. El presente contrato tendrá una duración de (*plazo fijo, obra o faena, indefinido*) _____, a contar de esta fecha y podrá ponerse término de conformidad a las causales señaladas en la ley.

Se deja constancia que el Trabajador ingresó al servicio de la Empleadora con esta fecha.

OCTAVO: Domicilio y jurisdicción. Para todos los efectos derivados del presente contrato, las partes fijan domicilio en la comuna y ciudad de Santiago, sometiéndose en consecuencia a la jurisdicción y competencia de sus Tribunales de Justicia.

NOVENO: Firma y ejemplares. El presente contrato se firma en tres ejemplares, de igual tenor y fecha, quedando dos de ellos en poder del Empleador y uno en poder del Trabajador.

RUT N°

pp.

Anexo 12

Carta Gantt

Plan de Implementación	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	ene-20
Personas													
Reclutamiento y selección del personal							■	■					
Contratación personal									■	■	■		
Inducción y capacitación del personal										■	■	■	
Inauguración Resort												■	
Inicio de operaciones													■
Inmueble													
Compra del terreno	■												
Construcción inmueble	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
Compra del equipamiento										■	■	■	
Equipamiento												■	■
Marketing													
Desarrollo de la campaña								■	■				
Diseño del logotipo, isotipo y redes sociales y página web									■	■			
Lanzamiento de la campaña										■	■		

Anexo 13

Importancia relativa de la capacidad intelectual y física para el cálculo de las compensaciones

Cargo	Capacidad Intelectual	Capacidad Física	Toma de decisiones
Gerente General	100%	30%	100%
Jefe de RRHH	80%	50%	80%
Gerente de Marketing	100%	30%	100%
Gerente de Operaciones	100%	30%	100%
Jefe de Finanzas	80%	50%	80%
Recepcionista	60%	20%	0%
Encargado de reservaciones	70%	40%	50%
Jefe de instalaciones externas	80%	50%	80%
Jardinero	10%	100%	0%
Salvavidas	20%	100%	0%
Chef ejecutivo	60%	80%	0%
Cocinero	30%	70%	0%
Barman	10%	90%	0%
Meseros	10%	90%	0%
Operario de lavaplatos	10%	80%	0%
Veterinarios	70%	60%	0%
Técnicos Veterinarios	35%	60%	0%
Jefe de camareros	80%	60%	0%
Encargado de lavandería y planchado	10%	80%	0%
Mucama	10%	80%	0%
Masajistas	20%	60%	0%
Contador	100%	0%	0%
Adiestrador de perros	20%	80%	0%

Calificación de los atributos del personal para el cálculo de las compensaciones

Cargo	Capacidad Intelectual	Capacidad Física	Toma de decisiones	Puntaje total	Sueldo mínimo	Sueldo Mensual	Sueldo por hora
Gerente General	5	1	5	11	\$276.000	\$1.800.000	\$11.250
Jefe de RRHH	5	1	5	11	\$276.000	\$920.079	\$5.750
Gerente de Marketing	5	1	5	11	\$276.000	\$1.296.569	\$8.107
Gerente de Operaciones	5	1	5	11	\$276.000	\$1.692.329	\$10.577
Jefe de Finanzas	5	1	5	11	\$276.000	\$730.718	\$3.807
Recepcionista	3	1	1	4	\$276.000	\$361.898	\$2.262
Encargado de reservaciones	4	1	1	6	\$276.000	\$381.702	\$2.385
Jefe de instalaciones externas	5	1	1	7	\$276.000	609.126	\$4.567
Jardinero	1	5	1	7	\$276.000	\$350.000	\$2.188
Salvavidas	2	5	1	8	\$276.000	\$451.895	\$2.824
Chef ejecutivo	3	3	1	7	\$276.000	\$520.000	\$3.250
Cocinero	1	5	1	7	\$276.000	\$319.852	\$1.999
Barman	1	5	1	7	\$276.000	\$440.545	\$2.753
Meseros	1	5	1	7	\$276.000	\$361.898	\$2.262
Operario de lavaplatos	1	4	1	6	\$276.000	\$472.268	\$2.952
Veterinarios	5	2	1	8	\$276.000	\$863.135	\$5.395
Técnicos Veterinarios	4	3	1	8	\$276.000	\$414.217	\$2.589
Jefe de camareros	4	2	1	7	\$276.000	\$594.012	\$3.713
Encargado de lavandería y planchado	1	5	1	7	\$276.000	\$712.972	\$4.456
Mucama	1	5	1	7	\$276.000	\$361.898	\$2.262
Masajistas	2	4	1	7	\$276.000	\$365.274	\$2.283
Contador	5	1	1	7	\$276.000	\$505.492	\$3.159
Adiestrador de perros	2	5	1	8	\$276.000	\$475.433	\$2.971

Nota 1: Los criterios de evaluación corresponden a una escala de 1 a 5, donde 1 es menos importante y 5 es más importante.

Nota 2: El sueldo por hora fue calculado: 40 horas semanales reglamentarias multiplicadas por 4 ya que es por un mes y al sueldo base se dividió del resultado anterior.

Tabla de remuneraciones mensuales del personal

Cargo	Personal tiempo completo	Personal tiempo parcial	Remuneraciones
Gerente General	5	0	\$1.800.000
Jefe de RRHH	5	0	\$920.079
Gerente de Marketing	5	0	\$1.296.569
Gerente de Operaciones	5	0	\$1.692.329
Jefe de Finanzas	5	0	\$730.718
Recepcionista	4	1	\$361.898
Encargado de reservaciones	4	1	\$381.702
Jefe de instalaciones externas	4	1	\$609.126
Jardinero	3	2	\$350.000
Salvavidas	3	2	\$451.895
Chef ejecutivo	4	1	\$520.000
Cocinero	4	1	\$319.852
Barman	2	3	\$440.545
Meseros	2	3	\$361.898
Operario de lavaplatos	5	0	\$472.268
Veterinarios	5	0	\$863.135
Técnicos	5	0	\$414.217
Veterinarios			
Jefe de camareros	5	0	\$594.012
Encargado de lavandería y planchado	4	0	\$712.972
Mucama	2	3	\$361.898
Masajistas	4	1	\$365.274
Contador	3	2	\$505.492
Adiestrador de perros	2	3	\$475.433

Nota: Los criterios de evaluación corresponden a una escala de 1 a 5, donde 1 es que no trabaja en todo el día y 5 es tiempo completo.

Detalle de las remuneraciones del personal

Cargo	Sueldo base	Gratíf.	Moviliz.	Leyes sociales	Impuesto 2° categoría	Sueldo Líquido
Gerente General	\$1.800.000	\$150.000	\$ 20.000	\$904,410	\$81.813	\$1,227,027
Jefe de RRHH	\$920.079	\$230,020	\$ 20.000	\$328,238	-	\$821,861
Gerente de Marketing	\$1.296.569	\$108.047	\$ 20.000	\$651,461	\$25.390	\$917,388
Gerente de Operaciones	\$1.692.329	\$141.027	\$ 20.000	\$850,311	\$81.813	\$1,148,736
Jefe de Finanzas	\$730.718	\$182,680	\$ 20.000	\$260,684		\$652,714
Recepcionista	\$361.898	\$90.475	\$ 20.000	\$129,107		\$323,266
Encargado de reservaciones	\$381.702	\$95.426	\$ 20.000	\$136,172	-	\$340,956
Jefe de instalaciones externas	\$609.126	\$152,282	\$ 20.000	\$242,696	\$25,390	\$518,712
Jardinero	\$350.000	\$87.500	\$ 20.000	\$124,863		\$312,638
Salvavidas	\$451.895	\$112.974	\$ 20.000	\$161,214		\$403,655
Chef ejecutivo	\$520.000	\$130.000	\$ 20.000	\$185,510		\$464,490
Cocinero	\$319.852	\$ 79.963	\$ 20.000	\$114,107		\$285,708
Barman	\$440.545	\$110.136	\$ 20.000	\$157,164		\$393,517
Meseros	\$361.898	\$90.475	\$ 20.000	\$129,107		\$323,266
Operario de lavaplatos	\$472.268	\$118.067	\$ 20.000	\$168,482		\$421,853
Veterinarios	\$863.135	\$ 215.783	\$ 20.000	\$307,923	\$25.390	\$745,605
Técnicos Veterinarios	\$414.217	\$103.554	\$ 20.000	\$147,772		\$369,999
Jefe de camareros	\$594.012	\$148.503	\$ 20.000	\$211,914		\$530,601
Encargado de lavandería y planchado	\$712.972	\$178.243	\$ 20.000	\$254,353	\$25.390	\$611,472
Mucama	\$361.898	\$90.475	\$ 20.000	\$129,107		\$323,266
Masajistas	\$365.274	\$91.319	\$ 20.000	\$130,312		\$326,281
Contador	\$505.492	\$ 126.373	\$ 20.000	\$180,334		\$451,531
Adiestrador de perros	\$475.433	\$118.858	\$ 20.000	\$169.611		\$424.681

Anexo 14

Cálculo del índice de cumplimiento de los objetivos

INDICE
TOTALES)*100 = (OBJETIVOS NO CUMPLIDOS/ OBJETIVOS
DE LOS OBJETIVOS

INDICE DEL = (HORAS PERDIDAS*100/NUMERO DE HORAS
LABORABLES DE LA
AUSENTISMO PLANTILLA)

Anexo 15

Inversión inicial

Inversión en Activo Fijo Intangible	
Detalle	Valor
Patente municipal (comercial)	\$48.160
Patente de alcohol	\$240.800
Registro de marca	\$145.059
Gastos administrativos (certificados, tramites tributarios, documentos camara nacional del come	\$180.000
Instalación panales solares	\$40.500.000
Estudio de suelo (amortización)	\$1.292.816
Total	\$42.406.835
Inversion en Activos fijos tangibles	
Detalle	Valor
Compra del Terreno	\$130.000.000
Construcción del resort	\$1.275.553.305
Construcción de piscinas normales (2 un)	\$13.752.180
Construcción Piscina temperada	\$45.453.024
Construcción Cancha multiuso 300 mts2	\$34.501.055
Equipamiento	\$58.164.100
Paneles solares fotovoltaicos	\$25.004.700
Inversión en áreas verdes y sistema de riego	\$37.500.000
Total	\$1.619.928.364

Anexo 16

Inversión en equipamiento

Habitación suite doble + baño suite					
Detalle	Cantidad Total	Costo Total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Cama europea 2 plazas Smart + set Nápoles Cic	6	\$2.133.540	7	\$304.791	
Alfombra 133x190 cm Jakarta Dib	6	\$121.500	3	\$40.500	\$121.500
Almohada americana 233 Extra Rosen	24	\$194.400	3	\$64.800	\$194.400
Caja fuerte electrónica 16,3 litros Home negro Yale	6	\$315.900	10	\$31.590	
Colgador cromado plastificado Cotidiana	120	\$271.188	3	\$90.396	\$271.188
Clóset 3 puertas chocolate Cic	6	\$276.971	7	\$39.567	
Cortina concordia 140x220 cm crudo Jovial	13	\$136.785	3	\$45.595	\$136.785
Cuadro Hoja rectangular 50x25 cm Homy	12	\$29.063	3	\$9.688	\$29.063
Quilt Lilac 2 plaza American Family	6	\$121.500	3	\$40.500	\$121.500
Frazada 2 plazas Premium Campolindo	12	\$77.663	3	\$25.888	\$77.663
Frigobar 66 litros celsius MMB 71B Mademsa	6	\$340.151	9	\$37.795	
Lámpara colgar 1L E27 Clásico blanco Abitare	12	\$97.103	3	\$32.368	\$97.103
Lámpara de mesa 23,5 cm 60 W	12	\$48.503	3	\$16.168	\$48.503
Papelero pedal 3 litros cromado Conceptlighting	6	\$17.010	3	\$5.670	\$17.010
Juego sábanas 2 plazas A print Cotidiana	6	\$63.131	3	\$21.044	\$63.131
Teléfono alámbrico temporis 25 Alcatel	6	\$58.271	10	\$5.827	
Secador de pelo Gama Potenza	6	\$48.551	9	\$5.395	
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	6	\$826.151	10	\$82.615	
LED LG 55UK6200 55"	6	\$1.700.951	6	\$283.492	
Juego de 4 Toallas 450 G	6	\$38.831	3	\$12.944	\$38.831
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	6	\$63.039	3	\$21.013	\$63.039
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	6	\$63.039	3	\$21.013	\$63.039
Dispensador de Jabón Sky 360	6	\$33.544	3	\$11.181	\$33.544
TOTAL		\$7.076.787		\$1.249.838	\$1.376.299

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
2	\$609.583
1	\$40.500
1	\$64.800
5	\$157.950
1	\$90.396
2	\$79.135
1	\$45.595
1	\$9.688
1	\$40.500
1	\$25.888
4	\$151.178
1	\$32.368
1	\$16.168
1	\$5.670
1	\$21.044
5	\$29.136
4	\$21.578
5	\$413.076
1	\$283.492
1	\$12.944
1	\$21.013
1	\$21.013
1	\$11.181
TOTAL	\$2.203.894

Habitación suite doble + 1 cama individual+ baño suite					
Detalle	Cantidad Total	Costo Total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Cama europea 2 plazas Smart + set Nápoles Cic	8	\$2.844.720	7	\$406.389	
Cama 1,5 plazas Ergo T + set Ferrara Rosen	8	\$1.620.000	7	\$231.429	
Alfombra 133x190 cm Jakarta Dib	16	\$324.000	3	\$108.000	\$324.000
Almohada americana 233 Extra Rosen	48	\$388.800	3	\$129.600	\$388.800
Caja fuerte electrónica 16,3 litros Home negro Yale	8	\$421.200	10	\$42.120	
Colgador cromado plastificado Cotidiana	200	\$451.980	3	\$150.660	\$451.980
Clóset 3 puertas chocolate Cic	16	\$738.590	7	\$105.513	
Cortina concordia 140x220 cm crudo Jovial	26	\$273.569	3	\$91.190	\$273.569
Cuadro Hoja rectangular 50x25 cm Homy	16	\$38.750	3	\$12.917	\$38.750
Quilt Lilac 2 plaza American Family	16	\$324.000	3	\$108.000	\$324.000
Frazada 2 plazas Premium Campolindo	32	\$207.101	3	\$69.034	\$207.101
Frigobar 66 litros celsius MMB 71B Mademsa	8	\$453.535	9	\$50.393	
Lámpara colgar 1L E27 Clásico blanco Abitare	24	\$194.206	3	\$64.735	\$194.206
Lámpara de mesa 23,5 cm 60 W	24	\$97.006	3	\$32.335	\$97.006
Papelero pedal 3 litros cromado Conceptlighting	16	\$45.360	3	\$15.120	\$45.360
Juego sábanas 2 plazas A print Cotidiana	16	\$168.350	3	\$56.117	\$168.350
Teléfono alámbrico temporis 25 Alcatel	16	\$155.390	10	\$15.539	
Secador de pelo Gama Potenza	8	\$64.735	9	\$7.193	
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	8	\$1.101.535	10	\$110.154	
LED LG 55UK6200 55"	8	\$2.267.935	6	\$377.989	
Juego de 4 Toallas 450 G	8	\$51.775	3	\$17.258	\$51.775
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	8	\$84.052	3	\$28.017	\$84.052
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	8	\$84.052	3	\$28.017	\$84.052
Dispensador de Jabón Sky 360	8	\$44.725	3	\$14.908	\$44.725
TOTAL		\$12.445.368		\$2.272.626	\$2.777.727

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
2	\$812.777
2	\$462.857
1	\$108.000
1	\$129.600
5	\$210.600
1	\$150.660
2	\$211.026
1	\$91.190
1	\$12.917
1	\$108.000
1	\$69.034
4	\$201.571
1	\$64.735
1	\$32.335
1	\$15.120
1	\$56.117
5	\$77.695
4	\$28.771
5	\$550.768
1	\$377.989
1	\$17.258
1	\$28.017
1	\$28.017
1	\$14.908
TOTAL	\$3.859.963

Habitación suite doble + 2 cama individual+ baño suite					
Detalle	Cantidad	Costo Total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Cama europea 2 plazas Smart + set Nápoles Cic	4	\$1.422.360	7	\$203.194	
Cama 1,5 plazas Ergo T + set Ferrara Rosen	8	\$1.620.000	7	\$231.429	
Alfombra 133x190 cm Jakarta Dib	8	\$162.000	3	\$54.000	\$162.000
Almohada americana 233 Extra Rosen	32	\$259.200	3	\$86.400	\$259.200
Caja fuerte electrónica 16,3 litros Home negro Yale	4	\$210.600	10	\$21.060	
Colgador cromado plastificado Cotidiana	100	\$225.990	3	\$75.330	\$225.990
Císet 3 puertas chocolate Cic	8	\$369.295	7	\$52.756	
Cortina concordia 140x220 cm crudo Jovial	14	\$147.307	3	\$49.102	\$147.307
Cuadro Hoja rectangular 50x25 cm Homy	8	\$19.375	3	\$6.458	\$19.375
Quilt Lilac 2 plazas American Family	8	\$162.000	3	\$54.000	\$162.000
Frazada 2 plazas Premium Campolindo	16	\$103.550	3	\$34.517	\$103.550
Frigobar 66 litros celsius MMB 71B Mademsa	8	\$453.535	9	\$50.393	
Lámpara colgar 1L E27 Clásico blanco Abitare	12	\$97.103	3	\$32.368	\$97.103
Lámpara de mesa 23.5 cm 60 W	16	\$64.670	3	\$21.557	\$64.670
Papelero pedal 3 litros cromado Conceptlighting	8	\$22.680	3	\$7.560	\$22.680
Juego sábanas 2 plazas A print Cotidiana	8	\$84.175	3	\$28.058	\$84.175
Teléfono alámbrico temporis 25 Alcatel	8	\$77.695	10	\$7.770	
Secador de pelo Gama Potenza	4	\$32.368	9	\$3.596	
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	4	\$550.768	10	\$55.077	
LED LG 55UK6200 55"	4	\$1.133.968	6	\$188.995	
Juego de 4 Toallas 450 G	4	\$25.888	3	\$8.629	\$25.888
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	4	\$42.026	3	\$14.009	\$42.026
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	4	\$42.026	3	\$14.009	\$42.026
Dispensador de Jabón Sky 360	4	\$22.362	3	\$7.454	
TOTAL		\$7.350.941		\$1.307.720	\$1.373.938

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
2	\$406.389
2	\$462.857
1	\$54.000
1	\$86.400
5	\$105.300
1	\$75.330
2	\$105.513
1	\$49.102
1	\$6.458
1	\$54.000
1	\$34.517
4	\$201.571
1	\$32.368
1	\$21.557
1	\$7.560
1	\$28.058
5	\$38.848
4	\$14.386
5	\$275.384
1	\$188.995
1	\$8.629
1	\$14.009
1	\$14.009
1	\$7.454
	\$2.292.692

Recepción					
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	1	\$137.692	10	\$13.769	
Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre rovere/blanco TuHome	1	\$59.990	5	\$11.998	
All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	1	\$249.990	6	\$41.665	
Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asenti	1	\$29.990	5	\$5.998	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	1	\$6.990	3	\$2.330	\$6.990
Teléfono MOTO700B negro Motorola	1	\$11.990	10	\$1.199	
Sofá Javiera 3 cuerpos 205x71x73 cm beige Homy	1	\$179.990	5	\$35.998	
TOTAL		\$676.632		\$112.957	

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
5	\$68.846
0	\$0
1	\$41.665
0	\$0
1	\$2.330
5	\$5.995
0	\$0
	\$118.836

Oficinas compartidas					
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	1	\$137.692	10	\$13.769	
Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre rovere/blanco TuHome	5	\$242.960	5	\$48.592	
All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	5	\$1.012.460	6	\$168.743	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$16.986	5	\$3.397	
Impresora Multifunción Monocromática Workcentre	2	\$481.124	3	\$160.375	\$481.124
Teléfono MOTO700B negro Motorola	5	\$48.560	10	\$4.856	
Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asenti	5	\$121.460	5	\$24.292	
TOTAL		\$2.061.239		\$424.024	

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
5	\$68.846
0	\$0
1	\$168.743
0	\$0
1	\$160.375
5	\$24.280
0	\$0
	\$422.244

Oficina Gerente General					
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Escritorio 75x120x45 cm 2 cajones Acre rovere/blanco TuHome	1	\$48.592	5	\$9.718	
All in One HP 20-c403la Intel Celeron 4GB RAM/1TB DD/19,5"	1	\$202.492	10	\$20.249	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	1	\$5.662	3	\$1.887	\$5.662
Teléfono MOTO700B negro Motorola	1	\$9.712	10	\$971	
Silla para PC 59x56x89,5/97 cm negro asenti	1	\$24.292	5	\$4.858	
TOTAL		\$290.750		\$37.684	

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
0	\$0
5	\$101.246
1	\$1.887
5	\$4.856
0	\$0
	\$107.989

Bar, restaurant y cafetería					
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	2	\$275.384	9	\$30.598	
Juego de comedor Casa Ideal Bremen / 4 sillas	24	\$2.235.600	5	\$447.120	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	10	\$56.619	3	\$18.873	\$56.619
Piso bar 67x39x46 cm negro Asenti	4	\$59.454	5	\$11.891	
TOTAL		\$2.627.057		\$508.482	

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
4	\$122.393
0	\$0
1	\$18.873
0	\$0
	\$141.266

Cocina					
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Aire Acondicionado Split On / Off 9000 Btu Frio y Calor	1	\$137.692	10	\$13.769	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	2	\$11.324	3	\$3.775	\$11.324
Refrigerador side by side 719 litros inox General Electric	3	\$1.700.976	9	\$188.997	
Freezer Horizontal Sindelen 200 Litros SFH 200BL	3	\$340.176	9	\$37.797	
Horno Oster 42 Litros Puerta Francesa	4	\$291.568	9	\$32.396	
Microondas Midea Mirror Plus 25 Litros	4	\$226.768	9	\$25.196	
Batidora Thomas TH - 900PR	3	\$194.376	9	\$21.597	
Licuadora Ursus Trotter UT-METALLEK705	4	\$129.568	9	\$14.396	
Encimera vitrocerámica 4 quemadores VTCM negro Teka	2	\$340.184	9	\$37.798	
Juego cozi-pasta acero inoxidable Ø 30cm	2	\$241.380	3	\$80.460	\$241.380
Olla para spaghetti con fondo triple acero inoxidable Ø 24cm	2	\$145.784	3	\$48.595	\$145.784
Cubiertos acero inoxidable	600	\$388.800	3	\$129.600	\$388.800
Plato 24 cm bajo evolution Luminarc	150	\$120.285	3	\$40.095	\$120.285
Taza te evolution Luminarc	150	\$156.735	3	\$52.245	\$156.735
Plato 22 cm hondo evolution Luminarc	150	\$241.785	3	\$80.595	\$241.785
Plato pan 19,5 cm evolution Luminarc	150	\$120.285	3	\$40.095	\$120.285
Platillo te evolución Luminarc	150	\$120.285	3	\$40.095	\$120.285
Vasos 345 ml Cotidiana	150	\$20.412	3	\$6.804	\$20.412
TOTAL		\$4.928.380		\$894.307	\$1.567.075

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
5	\$68.846
1	\$3.775
4	\$755.989
4	\$151.189
4	\$129.586
4	\$100.786
4	\$86.389
4	\$57.586
4	\$151.193
1	\$80.460
1	\$48.595
1	\$129.600
1	\$40.095
1	\$52.245
1	\$80.595
1	\$40.095
1	\$40.095
1	\$6.804
	\$2.023.921

Lavandería					
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	2	\$11.324	3	\$3.775	\$11.324
Lavadora Fensa Impressive 20 SZ	12	\$2.235.503	9	\$248.389	
Secadora Mabe SME17R8MSDCT0	6	\$1.943.951	9	\$215.995	
TOTAL		\$4.190.778		\$468.158	

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
1	\$3.775
4	\$993.557
4	\$863.978
	\$1.861.310

Baños del personal					
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO
Papelero 3 litros Blanco Just Home Collection	7	\$25.515	3	\$8.505	\$25.515
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$16.986	3	\$5.662	\$16.986
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	7	\$73.546	3	\$24.515	\$73.546
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	1	\$10.507	3	\$3.502	\$10.507
Dispensador de Jabón Sky 360	1	\$5.591	3	\$1.864	\$5.591
TOTAL		\$132.143		\$44.048	\$132.143

VALOR RECUPERO	
Años	Valor
1	\$8.505
1	\$5.662
1	\$24.515
1	\$3.502
1	\$1.864
	\$44.048

Baños públicos							VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor	
Papelero 3 litros Blanco Just Home Collection	25	\$91.125	3	\$30.375	\$91.125	1	\$30.375	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$16.986	3	\$5.662	\$16.986	1	\$5.662	
Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	25	\$262.663	3	\$87.554	\$262.663	1	\$87.554	
Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	4	\$42.026	3	\$14.009	\$42.026	1	\$14.009	
Dispensador de Jabón Sky 360	4	\$22.362	3	\$7.454	\$22.362	1	\$7.454	
TOTAL		\$435.162		\$145.054	\$435.162		\$145.054	

Spa de personas							VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	REINVERSION 4TO AÑO	Años	Valor
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$22.648	3	\$7.549	\$22.648		1	\$7.549
Calentador de cera depilatoria doble 6kg con filtro profesional	5	\$364.460	4	\$91.115		\$364.460	3	\$273.345
Sauna	2	\$2.430.000	6	\$405.000			1	\$405.000
Kit Olla Calentador De Piedras Calientes + Piedras	1	\$98.002	3	\$32.667	\$98.002		1	\$32.667
Carro 3 niveles 83x46x38 cm Colorful blanco M+Design	5	\$80.960	3	\$26.987	\$80.960		1	\$26.987
Camilla Portátil Avalon	5	\$567.000	7	\$81.000			2	\$162.000
TOTAL		\$3.563.069		\$644.318	\$201.609			\$907.588

Kids Zone							VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$16.986	3	\$5.662	\$16.986	1	\$5.662	
Mesa de plástico y sillas niños escuela solo multi-Persona personalizable Mesa	6	\$285.715	3	\$95.238	\$285.715	1	\$95.238	
Organizador juguetes 80x28x80 cm Talbo	4	\$226.768	3	\$75.589	\$226.768	1	\$75.589	
Auto triciclo para niños	4	\$61.194	3	\$20.398	\$61.194	1	\$20.398	
TOTAL		\$590.662		\$196.887	\$590.662		\$196.887	

Gimnasio de mascotas							VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor	
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$22.648	3	\$7.549	\$22.648	1	\$7.549	
Bolas de goma interactivas de juguete	20	\$32.400	3	\$10.800	\$32.400	1	\$10.800	
Transfer mascota suministro	50	\$28.350	3	\$9.450	\$28.350	1	\$9.450	
Cuenco para perros	10	\$9.720	3	\$3.240	\$9.720	1	\$3.240	
Pelotas de ejercicio	5	\$38.475	3	\$12.825	\$38.475	1	\$12.825	
Juegos ejercicio equipo de entrenamiento barrera	4	\$57.348	3	\$19.116	\$57.348	1	\$19.116	
Gimnasio inflable	2	\$583.200	3	\$194.400	\$583.200	1	\$194.400	
Baño Sanitario Ecologico Perros	2	\$13.754	3	\$4.585	\$13.754	1	\$4.585	
TOTAL		\$785.894		\$261.965	\$785.894		\$261.965	

Spa de mascotas							VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	REINVERSION 4TO AÑO	Años	Valor
Cuerdas de amarre de perros	10	\$16.200	3	\$5.400	\$16.200		1	\$5.400
Secador de pelo Gama Potenza	4	\$32.368	4	\$8.092		\$32.368	3	\$24.276
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$22.648	3	\$7.549	\$22.648		1	\$7.549
Baño Sanitario Ecologico Perros	2	\$13.754	3	\$4.585	\$13.754		1	\$4.585
Máquina ANDIS AGC2 - ULTRAEDGE NARANJA	4	\$623.700	3	\$207.900	\$623.700		1	\$207.900
Ferplast Cortauñas Gro 5987 mascotas	4	\$33.016	3	\$11.005	\$33.016		1	\$11.005
Bífull Toalla Microfibra Wetout Pack10Unds para mascotas	1	\$19.281	3	\$6.427	\$19.281		1	\$6.427
Bífull Delantal Decorado Burdeos	8	\$55.540	3	\$18.513	\$55.540		1	\$18.513
TOTAL		\$816.506		\$269.471	\$52.601			\$285.655

Gimnasio de personas						VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida util	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$22.648	3	\$7.549	\$22.648	1	\$7.549
Abductor / Aductor V8	1	\$1.133.992	5	\$226.798		0	\$0
Trotadora Obelix GT7 Touch	4	\$5.183.968	5	\$1.036.794		0	\$0
Elíptica Stepper Light Obelix	3	\$1.700.976	5	\$340.195		0	\$0
Bicicleta SP2 PROMachine	3	\$437.376	5	\$87.475		0	\$0
Dominada / Fondo Asistida MO	1	\$1.052.992	5	\$210.598		0	\$0
TOTAL		\$9.531.950		\$1.909.410			\$7.549

Guardería de mascotas						VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida util	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$22.648	3	\$7.549	\$22.648	1	\$7.549
Bolas de goma interactivas de juguete	20	\$32.400	3	\$10.800	\$32.400	1	\$10.800
Transer mascota suministro perro	50	\$28.350	3	\$9.450	\$28.350	1	\$9.450
Cuenco para perros	10	\$9.720	3	\$3.240	\$9.720	1	\$3.240
Cuerdas de amarre de perros	5	\$8.100	3	\$2.700	\$8.100	1	\$2.700
Baño Sanitario Ecologico Perros	3	\$20.631	3	\$6.877	\$20.631	1	\$6.877
TOTAL		\$121.848		\$40.616	\$121.848		\$40.616

Habitaciones perros de raza chicos y medianos						VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida util	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$16.986	3	\$5.662	\$16.986	1	\$5.662
Baño Sanitario Ecologico Perros	10	\$68.769	3	\$22.923	\$68.769	1	\$22.923
TOTAL		\$85.755		\$28.585	\$85.755		\$28.585

Habitaciones perros de raza chicos y medianos						VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida util	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	4	\$22.648	3	\$7.549	\$22.648	1	\$7.549
Baño Sanitario Ecologico Perros	6	\$41.261	3	\$13.754	\$41.261	1	\$13.754
TOTAL		\$63.909		\$21.303	\$63.909		\$21.303

Bodega 1-2-3						VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida util	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor
Lámpara de techo 60 W Casa Bonita	3	\$16.986	3	\$5.662	\$16.986	1	\$5.662
TOTAL		\$16.986		\$5.662			

Jardinería						VALOR RECUPERO	
Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	REINVERSION 3ER AÑO	Años	Valor
Orilladora eléctrica 600 W Black & Decker	1	\$21.862	11	\$1.987		6	\$11.925
Cortacésped eléctrico 1200 W Black & Decker	1	\$44.250	11	\$4.023		6	\$24.137
Carretilla acero 90 litros Alemany	2	\$45.344	15	\$3.023		10	\$30.229
Pala punta de huevo acero Lioi	2	\$8.894	3	\$2.965	\$8.894	1	\$2.965
Rastrillo 14 dientes de metal Negro Tramontina	2	\$9.704	3	\$3.235	\$9.704	1	\$3.235
Barrehojas plástico 18 x 20 cm Ergo	2	\$11.162	3	\$3.721	\$11.162	1	\$3.721
Kit de herramientas de jardín de acero 3 piezas naranja Tramontina	2	\$6.788	3	\$2.263	\$6.788	1	\$2.263
Pulverizador manual 15 litros blanco Shimaha	2	\$64.784	8	\$8.098		3	\$24.294
Tijera bypass para jardín de acero verde Ergo	2	\$9.704	3	\$3.235	\$9.704	1	\$3.235
Tijerón para jardín de aluminio negro Ergo	2	\$11.324	3	\$3.775	\$11.324	1	\$3.775
Limpia piscina 64,7x21,5x13 cm azul Pool Blaster	2	\$97.184	8	\$12.148		3	\$36.444
Salvavidas piscina Baico	3	\$41.286	3	\$13.762	\$41.286	1	\$13.762
TOTAL		\$372.284	TOTAL	\$62.233			\$159.982

Detalle	Cantidad	Costo total	Vida útil	Depreciación	VALOR RECUPERO		
					Años	Valor	
Construccion	1	\$1.201.376.036	50	\$24.027.521	45	\$1.081.238.432	
Multicancha	1	\$27.945.855	20	\$1.397.293	15	\$20.959.391	
Piscina temperada	1	\$45.453.024	30	\$1.515.101	25	\$37.877.520	Total depreciación
Piscina normal	2	\$13.752.180	30	\$458.406	25	\$11.460.150	Reinversión 3er año
Paneles solares	343	\$25.004.700	20	\$1.250.235	15	\$18.753.525	Reinversión 4to año
				\$28.648.555		\$1.170.289.018	Valor recuperado

CUADRO RESUMEN

Total depreciación	\$39.553.904
Reinversión 3er año	\$10.264.834
Reinversión 4to año	\$396.827
Valor recuperado	\$1.185.425.987

Anexo 17

CAPITAL DE TRABAJO INSUMO DE ASEO						
Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total	
15-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Plumero Electroestático	10	\$ 1.936	\$ 19.359	
15-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Plumero Electroestático	10	\$ 527	\$ 5.265	
15-12-2019	Walmart- Lider	Paños De Cocina Krea Set 2 unid, Diseño	10	\$ 2.422	\$ 24.219	
15-12-2019	Walmart- Lider	Limpiador en crema Frosch 500 ml, lavanda	12	\$ 2.422	\$ 29.063	
15-12-2019	Walmart- Lider	Cif, Limpia Vidrios y superficies delicadas Multiuso Recarga900 m	12	\$ 1.531	\$ 18.371	
15-12-2019	Walmart- Lider	Cif, Limpiador Antigrasa Cocina Gatillo500 cc	12	\$ 1.661	\$ 19.926	
15-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Limpia Pisos Primavera Bidón4 L	5	\$ 2.665	\$ 13.325	
15-12-2019	Walmart- Lider	Acuenta, Lavalozas Limón Bidón5 L	5	\$ 1.823	\$ 9.113	
15-12-2019	Walmart- Lider	Drive, Detergente Líquido Perfect Results Botella3 L	5	\$ 8.902	\$ 44.510	
15-12-2019	Walmart- Lider	Soft, Suavizante para la Ropa Soft Diluido Clasico5 L	5	\$ 5.581	\$ 27.905	
15-12-2019	Walmart- Lider	Cif, Limpiador Cloro Gel Tradicional Botella900 ml	10	\$ 1.256	\$ 12.555	
15-12-2019	Walmart- Lider	Clorinda, Cloro Concentrado Botella4 L	5	\$ 1.823	\$ 9.113	
15-12-2019	Walmart- Lider	Lysoform, Limpiador Inodoro Original Botella500 ml	10	\$ 1.531	\$ 15.309	
15-12-2019	Walmart- Lider	Acuenta, Cepillo para WC	10	\$ 1.175	\$ 11.745	
15-12-2019	Walmart- Lider	Glade, Pastilla para Estanque Campos de Lavanda Caja25 g	15	\$ 632	\$ 9.477	
15-12-2019	Walmart- Lider	Glade, Desodorante Ambiental Limón Refrescante Lata360 cc	10	\$ 770	\$ 7.695	
15-12-2019	Walmart- Lider	Acuenta, Sopa	10	\$ 1.531	\$ 15.309	
15-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Bolsa de Basura 70 x 90 cm Mediana10 Un	10	\$ 640	\$ 6.399	
15-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Destapa Cañerías Bidón1 L	5	\$ 1.288	\$ 6.440	
15-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Guantes de Látex Multiuso Medianos Bolsa2 Un	10	\$ 810	\$ 8.100	
15-12-2019	Walmart- Lider	Lider, Esponja Clásica4 Un	5	\$ 527	\$ 2.633	
15-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Paño Esponja Natural Bolsa6 Un	5	\$ 1.499	\$ 7.493	
15-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Mopa con Mango	10	\$ 4.204	\$ 42.039	
15-12-2019	Walmart- Lider	Clorinda, Escobillón Multiuso Grande	10	\$ 2.017	\$ 20.169	
15-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Pala Con Mango Fijo Virutex1 Un	10	\$ 1.742	\$ 17.415	
15-12-2019	Walmart- Lider	Virutex, Esponja Inoxidable con Mango	10	\$ 802	\$ 8.019	
15-12-2019	Walmart- Lider	Copihue, Fósforos de Seguridad5 Un	15	\$ 527	\$ 7.898	
TOTAL					\$ 418.859	

CAPITAL DE TRABAJO JARDINERIA					
25-12-2019	Sodimac	Jockey legionario desmontable Ergo	2	\$ 3.232	\$ 6.464
25-12-2019	Sodimac	Guante multipropósito polycotton Redline	2	\$ 802	\$ 1.604
25-12-2019	Sodimac	Mascarilla medio rostro 3M	2	\$ 14.005	\$ 28.010
25-12-2019	Sodimac	Overol con cinta reflectante talla XL azul Redline	2	\$ 7.120	\$ 14.240
25-12-2019	Sodimac	Buzo Gold Guard blanco XL Gold Guard	2	\$ 2.098	\$ 4.196
25-12-2019	Sodimac	Malla profunda para limpiar piscina Stinger	2	\$ 18.622	\$ 37.244
25-12-2019	Sodimac	Cloro líquido para piscinas 10 litros bidón Humboldt	5	\$ 4.042	\$ 20.210
25-12-2019	Sodimac	Algucida para piscinas 1 litro bidón Humboldt	5	\$ 2.422	\$ 12.110
TOTAL					\$ 124.076

CAPITAL DE TRABAJO RESTORANT BAR Y CAFETERIA						
Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada			
			Cantidad (kilos)	Costo unitario	Sub- total	
25-12-2019	Walmart- Lider	Super Cerdo, Lomo Centro de Cerdo Display 1 kg	20	\$ 4.447	\$ 88.938	
25-12-2020	Walmart- Lider	Palta, Palta Hass Malla 1 Kg	35	\$ 2.422	\$ 84.767	
25-12-2021	Walmart- Lider	Angelmo, Atún Lomito en Aceite Lata 170 g	35	\$ 753	\$ 26.366	
25-12-2022	Walmart- Lider	Gourmet, Orégano Entero Bolsa 50 g	10	\$ 446	\$ 4.455	
25-12-2023	Walmart- Lider	Gourmet, Mix de Pimientos Frasco 43 g	10	\$ 2.665	\$ 26.649	
25-12-2024	Walmart- Lider	Gourmet, Aliño Completo Bolsa 100 g	10	\$ 561	\$ 5.608	
25-12-2025	Walmart- Lider	Lider, Aceite de Oliva Extra Virgen Bidón 3 L	3	\$ 10.433	\$ 31.298	
25-12-2026	Walmart- Lider	Gourmet, Canela Molida Bolsa 15 g	10	\$ 243	\$ 2.430	
25-12-2023	Walmart- Lider	Tomates, Tomates Quillota Granel 1 Kg	35	\$ 1.013	\$ 35.438	
25-12-2024	Walmart- Lider	Lechuga, Lechuga Escarola Unidad 1 Un	50	\$ 640	\$ 31.995	
25-12-2025	Walmart- Lider	Hellmann's, Mayonesa Doypack 744 g	5	\$ 1.069	\$ 5.346	
25-12-2026	Walmart- Lider	Hellmann's, Ketchup Doypack 1 Kg	5	\$ 1.596	\$ 7.979	
25-12-2027	Walmart- Lider	Don Juan, Ají Chileno en Crema Bolsa 1 Kg	5	\$ 932	\$ 4.658	
25-12-2028	Walmart- Lider	JB, Mostaza Bolsa 1000 g	5	\$ 1.150	\$ 5.751	
25-12-2029	Walmart- Lider	PF, Jamón Colonial Display 125 g	50	\$ 810	\$ 40.500	
25-12-2030	Walmart- Lider	Quilque, Queso Laminado Mantecoso-Maduro Resellable 500 g	12	\$ 2.827	\$ 33.923	
25-12-2031	Walmart- Lider	Royal, Polvos de Hornear Caja 250 g	1	\$ 1.094	\$ 1.094	
25-12-2031	Walmart- Lider	Selecta, Harina sin Polvos de Hornear 10 Kg	1	\$ 6.180	\$ 6.180	
25-12-2032	Walmart- Lider	Lider, Huevos Extra Blanco Bandeja 20 Un	43	\$ 2.503	\$ 107.625	

25-12-2033	Walmart- Lider	Lider, Aceite 100% Maravilla Botella 1 L	10	\$810	\$8.100
25-12-2034	Walmart- Lider	Manteca 1 kilo	28	\$1.742	\$48.762
25-12-2035	Walmart- Lider	Lider, Camarón Pelado Extra Grande Bolsa 500 g	16	\$6.472	\$103.550
25-12-2036	Walmart- Lider	Punta Ganso, Black Beef 2 K	10	\$16.184	\$161.838
25-12-2037	Walmart- Lider	Cebolla, Cebolla Granel 1 Kg	30	\$770	\$23.085
25-12-2038	Walmart- Lider	Marco Polo, Pasas Rubias Bolsa 100 g	10	\$575	\$5.751
25-12-2039	Walmart- Lider	Lider, Aceituna Azapa Bolsa 330 g	10	\$932	\$9.315
25-12-2040	Walmart- Lider	Carozzi, Fideos Cabellos de Ángel Bolsa 400 g	5	\$559	\$2.795
25-12-2041	Walmart- Lider	Lobos, Sal de Mesa 1 Kg	5	\$284	\$1.418
25-12-2042	Walmart- Lider	Lider, Filetes de Corvina 500 g	20	\$6.958	\$139.158
25-12-2043	Walmart- Lider	Cebolla, Cebolla Morada Malla 1 Kg	10	\$810	\$8.100
25-12-2044	Walmart- Lider	Limonos, Limones Malla 1 Kg	30	\$964	\$28.917
25-12-2045	Carniceria Don	Ozobuco 1 kilo	10	\$5.257	\$52.569
25-12-2046	Walmart- Lider	Papas, Papas Granel 1 Kg	50	\$1.369	\$68.445
25-12-2047	Walmart- Lider	Zapallo, Zapallo Camote Bolsa 1 Un	5	\$1.207	\$6.035
25-12-2048	Walmart- Lider	Zanahoria, Zanahoria Bolsa 1 Un	5	\$689	\$3.443
25-12-2049	Walmart- Lider	Tucapel, Arroz Grado 1 Grano Largo Ancho Bolsa 1 Kg	5	\$915	\$4.577
25-12-2050	Walmart- Lider	Frutos del Maipo, Poroto Verde Corte Normal Bolsa 350 g	10	\$810	\$8.100
25-12-2051	Walmart- Lider	Minuto Verde, Choclo Grano Bolsa 500 g	10	\$810	\$8.100
25-12-2052	Walmart- Lider	Minuto Verde, Choclo Trozo 680 g	6	\$2.341	\$14.045
25-12-2052	Walmart- Lider	Pepino, Pepino Ensalada Unidad 1 Un	35	\$478	\$16.727
25-12-2053	Walmart- Lider	Repollo, Repollo Crespo Unidad 1 Un	25	\$932	\$23.288
25-12-2054	Walmart- Lider	Betarragas, Betarragas Malla 5 Un	14	\$964	\$13.495
25-12-2055	Walmart- Lider	Minuto Verde, Pasta de Choclo Bolsa 1 Kg	10	\$1.936	\$19.359
25-12-2056	Walmart- Lider	Frutos del Maipo, Porotos Granados Congelados 100% Natural Bc	20	\$1.774	\$35.478
25-12-2057	Walmart- Lider	Super Pollo, Tutro Largo Bolsa 800 g	25	\$1.612	\$40.298
25-12-2058	Walmart- Lider	Seara, Pechuga de Pollo con Hueso y Piel Bolsa 2 Kg	10	\$3.224	\$32.238
25-12-2059	Walmart- Lider	Maggi, Salsa de Tomate Tuco Carne Lata 245 g	10	\$770	\$7.695
25-12-2060	Walmart- Lider	Lomo Vetado, Al Vacío 2,0 Kg	10	\$9.704	\$97.038
25-12-2061	Walmart- Lider	Entraña 2kg	10	\$10.522	\$105.219
25-12-2063	Walmart- Lider	Prieta Receta del abuelo 350 gr	5	\$810	\$4.050
25-12-2064	Carniceria Don	Chunchules 1 Kg	5	\$4.042	\$20.210
25-12-2065	Walmart- Lider	La Preferida, Chorizo Parrillero con Carne de Angus Bolsa 500 g	10	\$2.341	\$23.409
25-12-2066	Walmart- Lider	El Buen Corte, Carne Molida Especial 7% Grasa 500 g	10	\$2.422	\$24.219
25-12-2067	Walmart- Lider	Super Pollo, Nuggets Congelados de Pollo Bolsa 1 Kg	5	\$3.394	\$16.970
25-12-2068	Walmart- Lider	Savory, Helado de Crema Suizo Pote 1 L	30	\$1.693	\$50.787
25-12-2069	Walmart- Lider	Lider, Filetes de Merluza con Piel Bolsa 500 g	20	\$2.422	\$48.438
25-12-2070	Walmart- Lider	Lider, Filete de Salmón Importado Bolsa 500 g	20	\$4.042	\$80.838
25-12-2071	Walmart- Lider	Lider, Congelado Reineta Filete 500 g	20	\$4.042	\$80.838
25-12-2072	Walmart- Lider	Pancho Villa, Tortillas Mexicana Bolsa L (12 Un)	6	\$1.045	\$6.269
25-12-2073	Walmart- Lider	Colun, Mantecquilla con Sal 250 g	20	\$1.629	\$32.580
25-12-2074	Walmart- Lider	Acelga, Acelga Bolsa 1 Un	7	\$608	\$4.253
25-12-2075	Walmart- Lider	Espinaca, Espinaca Bolsa 500 g	7	\$721	\$5.046
25-12-2076	Walmart- Lider	Cilantro, Cilantro Bolsa 120 g	7	\$446	\$3.119
25-12-2077	Walmart- Lider	Perejil, Perejil Bolsa 120 g	7	\$397	\$2.778
25-12-2078	Walmart- Lider	Ají, Ají Verde Bandeja 125 g	7	\$721	\$5.046
25-12-2079	Walmart- Lider	Pahuilmo, Queso de Cabra Maduro Bolsa 250 g	10	\$2.746	\$27.459
25-12-2080	Walmart- Lider	Lider, Palmitos en Rodajas Tarro 400 g	14	\$802	\$11.227
25-12-2081	Walmart- Lider	Apio, Apio Bolsa 1 Un	5	\$883	\$4.415
25-12-2082	Walmart- Lider	Oso, Trigo Mote Bolsa 1 Kg	5	\$1.418	\$7.088
25-12-2083	Walmart- Lider	Lider, Huesillos Bolsa 400 g	5	\$2.584	\$12.920
25-12-2084	Walmart- Lider	Colun, Leche Descremada Natural Caja 1 L	20	\$632	\$12.636
25-12-2085	Walmart- Lider	Dos Caballos, Durazno en Mitades Tarro 590 g	14	\$851	\$11.907
25-12-2086	Walmart- Lider	Guallaraucó, Papayas al Jugo Frasco 580 g	14	\$2.471	\$34.587
25-12-2087	Walmart- Lider	Plátano, Plátano Granel 1 Kg	5	\$559	\$2.795
25-12-2088	Walmart- Lider	Nestlé, manjar Bolsa 1k	14	\$1.985	\$27.783
25-12-2092	Walmart- Lider	Leche condensada	14	\$664	\$9.299
25-12-2093	Walmart- Lider	Crema para Batir nestlé	14	\$2.422	\$33.907
25-12-2094	Walmart- Lider	Galletas Soda	100	\$591	\$59.130
25-12-2095	Walmart- Lider	Chocolate Cobertura de Chocolate Ambrosoli 500 g	14	\$2.996	\$41.947
25-12-2096	Walmart- Lider	Té Lipton negro Yellow label 75 bolsitas	28	\$1.620	\$45.360
25-12-2097	Walmart- Lider	Café Nescafe surtidos	28	\$2.309	\$64.638
25-12-2098	Walmart- Lider	Azúcar Blanca lansa Bolsa 5 kg, Granulada	1	\$3.070	\$3.070
25-12-2099	Walmart- Lider	Endulzante Líquido Daily 400 ml, Stevia Balanceado	18	\$2.665	\$47.968
25-12-2100	Walmart- Lider	Infusiones de té, Supremo, Hierbas Surtidas 50 Unidades	28	\$1.774	\$49.669
25-12-2101	Walmart- Lider	REFILL PACK X24 VIDRIO RETORNABLE 237 ML. COCA-COLA	98	\$4.852	\$475.486
25-12-2102	Walmart- Lider	Chirimoya, 1 Kilo	7	\$2.098	\$14.685
25-12-2103	Walmart- Lider	Piña caramelo, 1 unidad	14	\$1.612	\$22.567
25-12-2104	Walmart- Lider	Melón, 1 unidad	14	\$972	\$13.608
25-12-2105	Walmart- Lider	Frutilla, 1 kilo	14	\$1.531	\$21.433
25-12-2106	Walmart- Lider	Naranja, 1 kilo	14	\$721	\$10.093
25-12-2107	Walmart- Lider	Mango, 1 kilo	14	\$2.414	\$33.793
25-12-2108	Vega central	Frambuesa, 1 kilo	14	\$4.698	\$65.772
25-12-2109	Walmart- Lider	Amareto Genovese 500cc	4	\$5.419	\$21.676
25-12-2110	Walmart- Lider	Licor de Menta Mijans	4	\$2.827	\$11.308
25-12-2111	Walmart- Lider	Whisky Jack Daniel's	4	\$16.192	\$64.768
25-12-2112	Walmart- Lider	Araucano tres torres 900 cc	4	\$4.852	\$19.408

25-12-2113	Walmart- Lider	Cerveza Cristal 6 unidades	4	2988,9	11955,6
25-12-2114	Walmart- Lider	Cerveza Austral Calafate 4 unidades	4	4284,9	17139,6
25-12-2115	Walmart- Lider	Cerveza Escudo 6 unidades	4	\$3.070	\$12.280
25-12-2116	Walmart- Lider	Cerveza Royal pack 6 unidades	4	\$4.204	\$16.816
25-12-2117	Walmart- Lider	Cerveza Heineken pack 6 unidades	4	\$4.285	\$17.140
25-12-2118	Walmart- Lider	Cerveza Corona pack 6 unidades	4	\$4.690	\$18.760
25-12-2120	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Sin Alcohol 3 unidades	4	\$2.422	\$9.688
25-12-2121	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Torobayo	4	\$3.961	\$15.844
25-12-2122	Walmart- Lider	Cerveza kunstman Lager	4	\$4.366	\$17.464
25-12-2123	Walmart- Lider	cerveza Kunstman Boct	4	\$4.366	\$17.464
25-12-2124	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Miel pack 4 unidades	4	\$4.771	\$19.084
25-12-2125	Walmart- Lider	Cerveza Kunstman Arandano	4	\$2.422	\$9.688
25-12-2126	Walmart- Lider	Cerveza Artesanal	4	\$1.126	\$4.504
25-12-2127	Walmart- Lider	Carmenere Barrica Selection Viña Santa Carolina 750 ml	2	\$5.993	\$11.986
25-12-2128	Walmart- Lider	Cabernet Sauvignon Santa Emiliana Viña Concha y Toro 700 cc	2	\$2.017	\$4.034
25-12-2129	Walmart- Lider	120 Tres medallas (Sta. Rita),Vino Cabernet Sauvignon 120 Tres Medallas		\$1.774	\$0
25-12-2130	Walmart- Lider	Carmen Margaux,Vino Cabernet Sauvignon Margaux	2	\$1.693	\$3.386
25-12-2132	Walmart- Lider	Pinot Viña Undurraga,Vino Cabernet Sauvignon Pinot750 cc	2	2259,9	4519,8
25-12-2133	Walmart- Lider	Errázuriz,Vino Cortton Reserva Merlot Botella	2	\$3.718	\$7.436
25-12-2134	Walmart- Lider	Sánchez de Loria (Oidor),Cabernet Sauvignon Año 2016 / 750 cc	2	\$3.799	\$7.598
25-12-2135	Walmart- Lider	Doña Dominga, Casa Silva, Vino Carmenere	2	\$2.827	\$5.654
25-12-2136	Walmart- Lider	Misioneros de rengo reserva,Reserva Carmenère Botella	2	\$3.232	\$6.464
25-12-2137	Walmart- Lider	Don Matías Cousiño Macul,Cabernet Sauvignon Botella	2	\$4.204	\$8.408
25-12-2138	Walmart- Lider	Don Luis Cousiño Macul,Vino Carmenere Don Luis	2	\$1.894	\$3.788
25-12-2139	Walmart- Lider	Medalla Real Ssta. Rita	2	\$3.475	\$6.950
25-12-2140	Walmart- Lider	Casillero del Diablo (Concha y Toro)	2	\$3.475	\$6.950
25-12-2141	Walmart- Lider	Castillo de Molina	2	\$5.581	\$11.162
25-12-2142	Walmart- Lider	Sta. Digna Mguel Torres	2	\$7.039	\$14.078
25-12-2143	Walmart- Lider	Tarapacá Gran Reserva	2	\$6.715	\$13.430
25-12-2144	Walmart- Lider	Toro de Piedra Gran Reserva	2	\$6.958	\$13.916
				TOTAL	\$3.656.758

Capital de trabajo Spa de mascotas y personas					
Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total
	insumestetic	ACEITE DE MASAJE AROMA ALMENDRA 1 LITRO	1	\$7.023	\$7.023
	insumestetic	ACEITE DE MASAJE AROMA LIMÓN 1 LITRO	1	\$7.023	\$7.023
	insumestetic	ACEITE DESCONTRACTURANTE MIORELAX 230 ML	3	\$10.935	\$32.805
	insumestetic	ACEITE DE MASAJE AROMA LAVANDA 1 LITRO	1	\$7.023	\$7.023
	insumestetic	BARRO TERMAL 1 KILO	1	\$4.536	\$4.536
	insumestetic	CREMA DE MASAJE 500 GRAMOS	2	\$11.664	\$23.328
	insumestetic	CREMA DE MASAJE LIPOREDUCTORA 500 GRAMOS	2	\$5.832	\$11.664
	insumestetic	SALES TERMALES PARA PIES 100 GRAMOS	5	\$802	\$4.010
	VITASTORE	Chocolate 1L	2	\$12.142	\$24.284
	la casa del pelud	Shampoo PSH para Cachorros 500cc	2	\$5.427	\$10.854
	la casa del pelud	Acondicionador Vitalizante PSH para caninos 1L	1	\$7.290	\$7.290
	la casa del pelud	Shampoo PSH Repelente con Andiroba de caninos- HOME 500 cc	2	\$5.427	\$10.854
	la casa del pelud	Perfume SIR DOG 80 ml	4	\$5.265	\$21.060
	la casa del pelud	Mascarilla de Colágeno De perros PSH 1K	1	\$17.010	\$17.010
	la casa del pelud	Máquina ANDIS AGC2 - ULTRAEDGE NARANJA	3	\$155.925	\$467.775
	la casa del pelud	Limpiador de Ojos PSH 250 ml	2	\$6.480	\$12.960
	drymisvet	Exfoliante para mascotas 25 GRS	30	\$2.835	\$85.050
	miscota	PSH Champú para Antisebórrico de Algas Marinas para mascotas1L	1	\$9.956	\$9.956
	miscota	Ferplast Cortauñas Gro 5987 mascotas	3	\$8.254	\$24.762
	miscota	3 Claveles Lima Cristal Decorada 20 Cm para mascotas	3	\$7.226	\$21.678
	miscota	Bifull Toalla Microfibra Wetout Pack10Unds para mascotas	1	\$19.281	\$19.281
		Bifull Delantal Decorado Burdeos	3	\$6.943	\$20.828
				TOTAL	\$851.052

Capital de Trabajo Baños					
Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total
	amenitieschile	Dispensador de Papel Higiénico Snow/Smoke R500	33	\$10.507	\$346.715
	amenitieschile	Dispensador de Papel Toalla Interfoliada Snow/Smoke T250	21	\$10.507	\$220.637
	amenitieschile	Dispensador de Jabón Sky 360	21	\$5.591	\$117.403
	amenitieschile	Papel Toalla Jumbo Alta Resistencia (pack 2 un)	22	\$9.446	\$207.817
	amenitieschile	Papel Higiénico Pack 6 Rollos de 500 mts. c/u	22	\$13.302	\$292.640
	amenitieschile	Jabón Líquido Bidón de 5 litros	2	\$6.265	\$12.531
	amenitieschile	Shampoo 30ml. - CITRUS (paquete de 300 un)	300	\$103	\$30.861
	amenitieschile	Acondicionador 30ml. - CITRUS	300	\$120	\$35.964
	amenitieschile	Jabón en Barra 20 gr. - CITRUS (caja 500 un)	500	\$79	\$39.285
	amenitieschile	Gel de Ducha 30ml. - CITRUS	300	\$103	\$30.861
	amenitieschile	Crema Humectante 30ml. - CITRUS	300	\$120	\$35.964
		Gorra de Baño - GENÉRICO	1000	\$77	\$76.950
			TOTAL		\$1.447.627

Capital Comida de mascotas					
Fecha	Proveedor	Detalle	Entrada		
			Cantidad	Costo unitario	Sub- total
	befoods.	DOG CHOW ADULTO SAN0 Y EN FORMA 21KG	1	\$31.744	\$31.744
	befoods.	DOG CHOW ADULTO R. PEQUEÑAS 21KG	1	\$31.744	\$31.744
	befoods.	DOG CHOW CACHORRO R. PEQUEÑAS 21KG	1	\$31.744	\$31.744
	befoods.	DOG CHOW CACHORRO POLLO 21KG	1	\$31.744	\$31.744
	befoods.	DOG CHOW SOBRE ADULTO CENA DE CARNE 100GR	117	\$413	\$48.333
	befoods.	DOG CHOW SOBRE CACHORRO TROZO POLLO 100GR	177	\$413	\$73.119
	befoods.	DOG CHOW EDAD MADURA 21KG (SENIOR)	1	\$31.744	\$31.744
	befoods.	GALLETAS CINDY 10KG CHAMPION	1	\$10.716	\$10.716
			Total		\$290.887

Sicólogo externo	\$1.400.000
Abogado externo	\$1.361.000
Gerente General	\$5.910.000
Jefe de RRHH	\$2.340.198
Gerente de Marketing	\$2.849.232
Gerente de operaciones	\$3.706.712
Jefe de Finanzas	\$1.866.796
Recepcionista	\$1.889.490
Encargado de reservaciones	\$1.988.512
Jefe de Instalaciones externas	\$1.562.816
jardineros ornamentales	\$1.830.000
salvavidas	\$7.018.428
Chef ejecutivo	\$2.680.000
cocinero	\$1.679.260
barman	\$2.282.724
meseros	\$13.226.444
operario lavaplato	\$2.441.340
Veterinarios	\$8.791.350
Técnicos en veterinarios	\$4.302.168
Jefe de camareros	\$1.525.030
encargado de lavandería y planchado	\$1.822.430
Mucama	\$9.447.460
Adiestrador de perros	\$4.914.328
masajistas	\$5.719.110
Contador	\$2.607.460
TOTAL	\$95.162.288

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO

\$101.951.547

Anexo 18

Punto de equilibrio

Costos Fijos mensuales	
Remuneraciones	\$45.215.644
Publicidad	\$2.930.000
Servicio de seguridad Outsourcing	\$1.200.000
Gastos generales (tv, wifi, telefono)	\$200.000
total	\$49.545.644

Costos variables unitarios	
Insumos alimentacion personas	\$49.291
Insumos alimentacion mascotas	\$1.774
Insumos de aseo	\$1.972
Servicios básicos	\$2.957
Insumo spa personas y perros	1971,625
Publicidad	\$986
total	\$57.966

	Precio	Ponderación	Punto de equilibrio
Precio ponderado de las habitaciones de personas	\$278.235	64,90%	231
precio ponderado de las habitaciones de perros	\$26.200	6,11%	22
Precio planes por el día personas	\$62.276	14,53%	52
Precio planes por el día perros	\$13.333	3,11%	11
Servicios extras	\$48.667	11,35%	40
total	\$428.711	100,00%	
Precio final ponderado	\$197.163		

Punto de equilibrio	355,9397168
----------------------------	--------------------

Anexo 19

Supuestos

- El precio se estimó respecto a fuentes de investigación secundaria, se realizó un precio promedio ponderado, respecto a los diferentes tipos de habitaciones que ofrece el resort.
- Se utilizó el Supuesto del 40% de capacidad del resort anual, según datos comparativos del Sernatur.
- Para el cálculo de los insumos de alimentación para personas se consideró un 25% del total de ingresos operacionales.
- Para el cálculo de los insumos de alimentación para perros se consideró un 1% del total de ingresos operacionales.
- Para el cálculo de los insumos de aseo para todo el resort se consideró un 1,5% del total de los ingresos operacionales.
- Para el cálculo del total de servicios básicos se utilizó el supuesto de un 3,4% del total de los ingresos operacionales.
- Para el cálculo del total de insumos de spa usados tanto en personas como en caninos es de un 1% del total de ingresos operacionales.
- La cantidad de personas que visitan por el día del resort serán 30 personas en el plan estándar y 20 el plan Premium.
- La cantidad de perros que ingresan al resort diariamente se calculó en una proporción de 2:1 respecto a las persona que van por el día.
- Un 40% del total de personas alojadas y que van por el día al resort, utilizaran los servicios extras del spa.
- El valor de la construcción de mts² en UF se investigó a través de investigación secundaria, lo cual se utilizó un valor 25 UF por cada mts² construido.
- Instalación de pasto en palmetas, pasto de primera calidad, diseñado para soportar las variaciones climáticas \$3.500.- neto por metro cuadrado instalado
- Riego tecnificado, implementación y puesta en marcha de sistemas de riego, \$4.000.- neto por metro cuadrado de jardín

- Se estima que la inversión en capital de trabajo es de un 2%, recuperando 80% del monto acumulado al final del 5° año.
- El inversor Allan Jarry, quien pertenece a inversores ángeles, ofrece un US\$ 690.000 con una tasa de exigencia del 15%

Políticas económicas y financieras

Hoy en día Chile dentro de sus políticas económicas y financieras.

Nos encontramos en una favorable proyección ya que la OCDE en su informe semestral dio a conocer *“la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) prevé una subida del 3,6 % del Producto Interior Bruto (PIB) chileno este año y el próximo, dos puntos porcentuales más que en 2017.”*

Al aumentar el PIB significa que los hogares se encuentran con un mayor ingreso per cápita por lo que eso asegura que la economía del país es estable. La OCDE, que alertó de que la economía chilena seguirá vulnerable a la escalada global del proteccionismo, también destacó que la demanda interna jugará un papel destacable en el avance económico y estará impulsada por buenas condiciones financieras y la mayor confianza empresarial y de los consumidores.

“También ha habido un aumento en los beneficios salariales, mientras que la inflación, que ronda el 2 %, se ha mantenido dentro de las expectativas.” La inflación se ha mantenido regulado y dentro de los rangos normales.

Cabe destacar que la OCDE también destacó que la demanda interna será muy importante en el avance económico y estará impulsada por *“por buenas condiciones financieras y la mayor confianza empresarial y de los consumidores.”*

Anexo 20

Flujo de caja puro

Escenario Optimista

FAMILY PETS RESORT		FLUJOS DE CAJA PROYECTO PURO					
DETALLE		0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas			\$ 4.691.586.268	\$ 5.864.482.835	\$ 7.330.603.543	\$ 9.260.713.629	\$ 11.673.351.236
Costos Fijos			\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688
Costos variables							
Publicidad			\$ -23.457.931	\$ -29.322.414	\$ -36.653.018	\$ -46.303.568	\$ -58.366.756
Alimentación Personas			\$ -1.172.896.567	\$ -1.466.120.709	\$ -1.832.650.886	\$ -2.315.178.407	\$ -2.918.337.809
Alimentación de los perros			\$ -42.224.276	\$ -52.780.346	\$ -65.975.432	\$ -83.346.423	\$ -105.060.161
Insumos de aseo			\$ -70.373.794	\$ -87.967.243	\$ -109.959.053	\$ -138.910.704	\$ -175.100.269
Servicios Básicos			\$ -159.513.933	\$ -199.392.416	\$ -249.240.520	\$ -314.864.263	\$ -396.893.942
Insumos para spa			\$ -46.915.863	\$ -58.644.828	\$ -73.306.035	\$ -92.607.136	\$ -116.733.512
Depreciación tributaria			\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904
RAII			\$ 2.535.573.311	\$ 3.329.624.287	\$ 4.322.188.007	\$ 5.628.872.535	\$ 7.262.228.195
Impuesto	27%		\$ -684.604.794	\$ -898.998.557	\$ -1.166.990.762	\$ -1.519.795.584	\$ -1.960.801.613
RAIDI			\$ 1.850.968.517	\$ 2.430.625.730	\$ 3.155.197.245	\$ 4.109.076.950	\$ 5.301.426.582
Depreciación tributaria			\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904
INVERSIONES							
Activo fijo intangible		\$ -42.406.835					
Activo fijo tangible		\$ -1.619.928.364					
Capital de trabajo	2%	\$ -101.951.547	\$ 219.241.203	\$ 29.322.414	\$ 38.602.202	\$ 48.252.752	\$ 186.773.620
Reinversión en habitaciones					\$ -57.501.759	\$ -57.501.759	\$ -57.501.759
Reinversión en otros artículos					\$ -10.264.834	\$ -396.827	
Reinversión en tecnologías					\$ -4.999.004		
Reinvertir en espacios de esparcimiento					\$ -74.985.061	\$ -92.568.081	\$ -121.392.508
Valor recuperado							\$ 1.185.425.987
Capital Propio		\$ -964.286.746					
Flujo de caja neto proyecto puro		\$ -2.728.573.492	\$ 2.109.763.624	\$ 2.499.502.048	\$ 3.085.602.692	\$ 4.046.416.940	\$ 6.534.285.826

VAN PP	\$ 10.893.121.520
TIR Proyecto	93%
WACC	8,8%

Flujo de caja financiado

Escenario Optimista

FAMILY PETS RESORT		FLUJOS DE CAJA FINANCIADO					
DETALLE		0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas			\$ 4.691.586.268	\$ 5.864.482.835	\$ 7.330.603.543	\$ 9.260.713.629	\$ 11.673.351.236
Costos Fijos			\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688
Costos variables							
Publicidad			\$ -23.457.931	\$ -29.322.414	\$ -36.653.018	\$ -46.303.568	\$ -58.366.756
Alimentación Personas			\$ -1.172.896.567	\$ -1.466.120.709	\$ -1.832.650.886	\$ -2.315.178.407	\$ -2.918.337.809
Alimentación de los perros			\$ -46.915.863	\$ -58.644.828	\$ -73.306.035	\$ -92.607.136	\$ -116.733.512
Insumos de aseo			\$ -70.373.794	\$ -87.967.243	\$ -109.959.053	\$ -138.910.704	\$ -175.100.269
Servicios Básicos			\$ -159.513.933	\$ -199.392.416	\$ -249.240.520	\$ -314.864.263	\$ -396.893.942
Insumos spa personas			\$ -46.915.863	\$ -58.644.828	\$ -73.306.035	\$ -92.607.136	\$ -116.733.512
Depreciación tributaria			\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904
Intereses			\$ -24.800.000	\$ -20.138.135	\$ -15.331.753	\$ -10.376.373	\$ -5.267.376
RAI			\$ 2.506.081.725	\$ 3.303.621.669	\$ 4.299.525.650	\$ 5.609.235.448	\$ 7.245.287.468
Impuesto	27%		\$ -676.642.066	\$ -891.977.851	\$ -1.160.871.926	\$ -1.514.493.571	\$ -1.956.227.616
RAIDI			\$ 1.829.439.659	\$ 2.411.643.818	\$ 3.138.653.725	\$ 4.094.741.877	\$ 5.289.059.852
Depreciación tributaria			\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904
INVERSIONES							
Activo fijo intangible		\$ -42.406.835					
Activo fijo tangible		\$ -1.619.928.364					
Capital de trabajo	2%	\$ -101.951.547	\$ 219.241.203	\$ 29.322.414	\$ 38.602.202	\$ 48.252.752	\$ 186.773.620
Reinversión en habitaciones					\$ -28.750.880	\$ -28.750.880	\$ -28.750.880
Reinversión en otros artículos					\$ -9.124.724	\$ -323.935	
Reinversión en tecnologías					\$ -241.221		
Reinvertir en espacios de esparcimiento					\$ -658.928	\$ -17.469.150	\$ -6.217.247
Capital propio		\$ -964.286.746					
Valor Recupero							\$ 1.185.425.987
Prestamo		\$ 800.000.000	\$ -151.287.350	\$ -155.523.396	\$ -159.878.051	\$ -164.354.636	\$ -168.956.566
Flujo de caja neto proyecto puro		\$ -1.928.573.492	\$ 1.936.947.416	\$ 2.324.996.740	\$ 3.018.156.027	\$ 3.971.649.933	\$ 6.496.888.669

VAN PP	\$ 11.330.603.903
TIR Proyecto	121%
ka	9%

Anexo 21

Flujo de caja puro

Escenario Pesimista

FAMILY PETS RESORT		FLUJOS DE CAJA PROYECTO PURO					
DETALLE		0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas			\$ 293.224.142	\$ 366.530.177	\$ 458.162.721	\$ 670.162.602	\$ 935.162.452
Costos Fijos			\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688
Costos variables							
Publicidad			\$ -1.466.121	\$ -1.832.651	\$ -2.290.814	\$ -3.350.813	\$ -4.675.812
Alimentación Personas			\$ -73.306.035	\$ -91.632.544	\$ -114.540.680	\$ -167.540.650	\$ -233.790.613
Alimentación de los perros			\$ -2.639.017	\$ -3.298.772	\$ -4.123.464	\$ -6.031.463	\$ -8.416.462
Insumos de aseo			\$ -4.398.362	\$ -5.497.953	\$ -6.872.441	\$ -10.052.439	\$ -14.027.437
Servicios Básicos			\$ -9.969.621	\$ -12.462.026	\$ -15.577.533	\$ -22.785.528	\$ -31.795.523
Insumos para spa			\$ -2.932.241	\$ -3.665.302	\$ -4.581.627	\$ -6.701.626	\$ -9.351.625
Depreciación tributaria			\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904
RAI			\$ -442.117.848	\$ -392.489.662	\$ -330.454.430	\$ -186.930.511	\$ -7.525.612
Impuesto	27%		\$ 119.371.819	\$ 105.972.209	\$ 89.222.696	\$ 50.471.238	\$ 2.031.915
RAIDI			\$ -322.746.029	\$ -286.517.453	\$ -241.231.734	\$ -136.459.273	\$ -5.493.697
Depreciación tributaria			\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904
INVERSIONES							
Activo fijo intangible		\$ -42.406.835					
Activo fijo tangible		\$ -1.619.928.364					
Capital de trabajo	2%	\$ -101.951.547	\$ 109.282.150	\$ 1.832.651	\$ 4.239.998	\$ 5.299.997	\$ 14.962.599
Reinversión en habitaciones					\$ -57.501.759	\$ -57.501.759	\$ -57.501.759
Reinversión en otros artículos					\$ -10.264.834	\$ -396.827	
Reinversión en tecnologías					\$ 490.262		
Reinvertir en espacios de esparcimiento					\$ 7.353.927	\$ 7.720.807	\$ 4.253.495
Valor recupero							\$ 1.185.425.987
Capital Propio		\$ -964.286.746					
Flujo de caja neto proyecto puro		\$ -2.728.573.492	\$ -173.909.975	\$ -245.130.898	\$ -257.360.236	\$ -141.783.151	\$ 1.181.200.529

VAN PP	\$ -2.628.559.867
TIR Proyecto	-23%
WACC	9,13%

Flujo de caja financiado

Escenario Pesimista

FAMILY PETS RESORT		FLUJOS DE CAJA FINANCIADO					
DETALLE		0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas			\$ 293.224.142	\$ 366.530.177	\$ 458.162.721	\$ 670.162.602	\$ 935.162.452
Costos Fijos			\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688	\$ -601.076.688
Costos variables							
Publicidad			\$ -1.466.121	\$ -1.832.651	\$ -2.290.814	\$ -3.350.813	\$ -4.675.812
Alimentación Personas			\$ -73.306.035	\$ -91.632.544	\$ -114.540.680	\$ -167.540.650	\$ -233.790.613
Alimentación de los perros			\$ -2.932.241	\$ -3.665.302	\$ -4.581.627	\$ -6.701.626	\$ -9.351.625
Insumos de aseo			\$ -4.398.362	\$ -5.497.953	\$ -6.872.441	\$ -10.052.439	\$ -14.027.437
Servicios Básicos			\$ -9.969.621	\$ -12.462.026	\$ -15.577.533	\$ -22.785.528	\$ -31.795.523
Insumos spa personas			\$ -2.932.241	\$ -3.665.302	\$ -4.581.627	\$ -6.701.626	\$ -9.351.625
Depreciación tributaria			\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904	\$ -39.553.904
Intereses			\$ -24.800.000	\$ -20.138.135	\$ -15.331.753	\$ -10.376.373	\$ -5.267.376
RAI			\$ -467.211.072	\$ -412.994.328	\$ -346.244.345	\$ -197.977.046	\$ -13.728.150
Impuesto	27%		\$ 126.146.990	\$ 111.508.468	\$ 93.485.973	\$ 53.453.802	\$ 3.706.601
RAIDI			\$ -341.064.083	\$ -301.485.859	\$ -252.758.372	\$ -144.523.244	\$ -10.021.550
Depreciación tributaria			\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904	\$ 39.553.904
INVERSIONES							
Activo fijo intangible		\$ -42.406.835					
Activo fijo tangible		\$ -1.619.928.364					
Capital de trabajo	2%	\$ -101.951.547	\$ 109.282.150	\$ 1.832.651	\$ 4.239.998	\$ 5.299.997	\$ 14.962.599
Reinversión en habitaciones					\$ -28.750.880	\$ -28.750.880	\$ -28.750.880
Reinversión en otros artículos					\$ -9.124.724	\$ -323.935	
Reinversión en tecnologías					\$ -241.221		
Reinvertir en espacios de esparcimiento					\$ -658.928	\$ -17.469.150	\$ -6.217.247
Capital propio		\$ -964.286.746					
Valor Recupero							\$ 1.185.425.987
Prestamo		\$ 800.000.000	\$ -148.293.244	\$ -153.928.387	\$ -159.777.666	\$ -165.849.217	\$ -172.151.487
Flujo de caja neto proyecto puro		\$ -1.928.573.492	\$ -340.521.272	\$ -414.027.691	\$ -407.517.889	\$ -312.062.524	\$ 1.022.801.326

VAN PP	\$ -2.458.706.874
TIR Proyecto	-29%
ka	9%