



COORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR (CUN)

PROGRAMA:

CREACIÓN DE EMPRESAS II

ESTUDIANTES:

SHARON VANESSA CELIS ORTEGA

JAVIER EDUARDO DAZA CANTILLO

CAROLINA TORRES RODRIGUEZ

DOCENTE:

PIEDAD FRANCO AGUDELO

JHON ALEXANDER GONZALEZ DORADO

JAIDER ANTONIO MARTINEZ TRUJILLO

RAUL ANDRES VILLAMIL VANEGAS

PAULIN CARMONA OROZCO

AÑO 2020

## INTRODUCCIÓN

Una guardería para animales domésticos es un servicio que cada vez se oferta más en las ciudades dado el alto nivel de actividad diario de los adoptantes.

Los animales, tenemos claro que son muy sociales que llevan fatal la soledad y quedarse solos en casa, además que algunos llevan cuidados especiales.

Una guardería se convierte en el mejor remedio para evitar que los animales sufran de soledad y el estrés en casa al estar tantas horas encerradas, o el mejor remedio para cuando sus adoptantes tienen que salir de viaje o tienen alguna urgencia y no saben dónde pueden dejar a la mascota.

ANIMALS-HOUSE se encarga de ofrecer varios servicios y beneficios para la comunidad animal con el fin de lograr cumplir y remediar varias necesidades y dificultades que muchos tienen en su diario vivir.

## OBJETIVOS

### Objetivo general

Posicionar el servicio del cuidado de nuestros animales, mediante nuestro amor hacia los animales compromiso, responsabilidad y eficiencia.

### Objetivos específicos

Contamos con excelentes instalaciones y los mejores estándares de calidad que le proporcionaran a su mascota el mejor ambiente para divertirse y disfrutar su estadía como en casa

- Ser la empresa #1 en cuidado de mascotas en Santa Marta.
- Contar con excelentes instalaciones.
- Ofrecer satisfacción a los clientes.
- Ser reconocidos a nivel nacional.

## MODELOS DE NEGOCIO

Descripción de la idea de negocio

|  |  |
|--|--|
| <b><i>¿Cuál es el producto o servicio?</i></b> | Servicio personalizado para el cuidado de las mascotas.  |
| <b><i>¿Quién es el cliente potencial?</i></b>  | Personas con problemas para el cuidado de sus mascotas, que viajen constantemente y no tengan con quien dejar a sus mascotas, y que tengan poco tiempo para cuidarlas y dedicarle el tiempo necesario.                                 |
| <b><i>¿Cuál es la necesidad?</i></b>           | Satisfacer la necesidad de las personas que no cuenten con el tiempo suficiente para el cuidado de sus mascotas.   |
| <b><i>¿Cómo?</i></b>                           | Teniendo un establecimiento fijo, diseñado específicamente para el cuidado de las mascotas con el respectivo protocolo de bioseguridad.  |
| <b><i>¿Porque lo preferirían?</i></b>          | Porque actualmente Santa Marta no cuenta con un lugar que brinde un servicio de guardería para mascotas, además que brindamos estos servicios a los animales domésticos en general (perros, gatos, hámsteres, conejos, torturas, etc.) |

## Modelo de negocio

| <i>Segmento</i>  | <i>Debe resolver problemas o satisfacer necesidades</i>   | <i>Arquitectura del servicio</i>  |
|--|---|---|
| <p>Son personas trabajadoras, que tengas mascotas, que su horario sea limitado para el cuidado de ellos, y turistas que tomaron la decisión de viajar con sus mascotas o personas que residen en la ciudad y quieren salir de la rutina.</p> | <p>Ofrecemos nuestro servicio principal de guardería 24/7 incluyendo días festivos. Servicio de adiestramiento con personas calificadas. Nos mostramos de manera directa, damos a conocer nuestras instalaciones en sus totalidades, así como también nuestro personal.</p> | <p>Servicio de guardería para (perros, gatos, hámsteres, tortugas, peces), por el tiempo estipulado con el cliente sean horas o días. Recreación específicamente para perros y gatos. Baños y cuidados especiales para los animales. Alimentación. Revisión semanal. Paseos diarios a parques cercanos en donde estemos ubicados.</p> |



| <b><i>Costo y precio</i></b>  | <b><i>Mecanismos de entrega</i></b>   | <b><i>Ganancias esperadas</i></b>   |
|---|---|---|
| Gastos para realizar la inversión de nuestro proyecto de calidad y así brindar un servicio satisfactorio. | No aplica para este mecanismo ya que nuestro servicio no tiene servicio de entrega. | Brindando el servicio a las personas que no disponen con el tiempo necesario para cuidar a sus mascotas, ofreciendo distintos tipos de paquetes económicos. |

| <b><i>Recursos</i></b>  | <b><i>Fidelidad</i></b>   | <b><i>Cadena</i></b>   |
|---|---|--|
| Servicio de veterinaria, servicio de guardería, servicio de peluquería, servicio de recreación (paseo de animales). | Ofreciendo precios asequibles la publico, calidad en el servicio, ofreciendo descuentos por medio de cupones. | Pensar en crear alianzas con Clínicas veterinarias que nos ayuden con nuestra labor. |

***¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?***

Mediante la publicidad que se brindara en nuestra página web (*Instagram*) y por las diferentes promociones que brindaremos para darnos a conocer.

***¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?***

Suscripciones semanas y mensuales que ofreceremos por medio de diferentes paquetes de servicios.

*¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?*

Por medio telefónico, WhatsApp Bussines, mensaje directo por medio de la página web.

Los métodos de pago serian por medio de efectivo, Nequi, Daviplata, transferencia a Bancolombia.

## ANALISIS DEL SECTOR

Nuestro mercado potencial son las personas trabajadoras, que tengas mascotas, que su horario sea limitado para el cuidado de ellos, y turistas que tomaron la decisión de viajar con sus mascotas o personas que residen en la ciudad y quieran salir de la rutina.

Nuestros clientes, serán personas con necesidades diferentes dependiendo de la mascota que tengan, ya sea perro, gato, hámster, etc., El equipo de trabajo busca adaptarse a cada necesidad y cuidado que tienen las mascotas ya mencionadas.

Somos un canal directo sin necesidad de intermediarios ya que esto causa más agrado y seguridad a los clientes a la hora de dejar a nuestro cargo sus mascotas.

### Innovación Sostenible

|                            | <b>Agua</b>  | <b>Energía</b>   | <b>Materias primas</b>   | <b>Emisiones</b>                      | <b>Residuos</b>  |
|----------------------------|--|--|--|---------------------------------------|--|
| <b>Producto o servicio</b> | Si usamos eficientemente el agua ya que tenemos un control para tener un ahorro significativo de agua a la hora de | Si reducimos el consumo de energía, a través de electrodomésticos ahorradores como focos led, enchufes programables, y | No reducimos insumos porque nuestro servicio no cuenta con muchos productos bio-sostenibles. | No hemos medido la huella de carbono. | Empaques de los productos de aseos (plásticos y cartón). |





|   |   |   |   |  |  |
|---|---|---|---|--|--|
| <p>Nuestro servicio actualmente no cuenta con ecodiseño</p>                       | <p>asear las mascotas o cualquier otra actividad que la requiera.</p> | <p>ventiladores ahorradores.</p>  | <p>No utilizamos químicos. No utilizamos empaques ya que nosotros ofrecemos un servicio de limpieza y cuidado animal.</p> |  |  |
| <p><b>Marketing</b><br/>Nuestro servicio actualmente no cuenta con ecodiseño.</p> |   | <p>No utilizamos medios de transporte ya que nuestro servicio es brindado directamente en nuestras instalaciones.</p> | <p>Ninguna, ya que nuestra publicidad se basa en nuestra página web.</p>  |  |  |

Océano Azul / Fuerzas de Porter

1. Identifique quien es su competencia

- Hospital veterinario San francisco.
- Animalandia
- Mascotalandia.
- Gaia.

2. Defina las variables importantes para su idea de negocio

- Nuestra idea de negocio es innovadora donde el cliente sea nuestra prioridad
- Precios asequibles con grandes descuentos.
- Cuidado profesional garantizado
- Trabajamos 100% con amor

3. Dele un valor de (1 a 5)

- 4

#### 4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

Somos una empresa especializada en brindar soluciones a nuestros clientes cuando necesitan a las personas idóneas para dejar a sus mascotas en los cuidados necesarios por tiempo indefinido, nuestra empresa no depende de ningún intermediario a la hora de prestar el servicio lo que genera más confianza a los clientes. Contamos con personal capacitado y en constante actualización de acuerdo con las necesidades de las mascotas, con el fin de garantizar un buen servicio donde el cliente quede totalmente satisfecho. Por lo anterior, ofrecemos una solución viable con el propósito fundamental de satisfacer la necesidad que tiene el cliente a la hora de presentarse algún tipo de percance.

## Marketing Mix

### Estrategias de productos para clientes

Nuestros valores que nos permiten marcar la diferencia respecto a los demás son:

- ✓ Servicio Único en la ciudad de Santa Marta
- ✓ Horario de atención y servicio 24/7.
- ✓ Acceso a las cámaras de todas las instalaciones en tiempo real.

### Portafolio

| Servicio   | Por día   | Por hora  |          |
|--|-----------|-----------|----------|
| Servicio de guardería<br>(alimentación,<br>recreación, y cuidados<br>especiales. | \$40.000  | \$10.000  |          |
| Baños y peluquería   | No aplica | No aplica | \$40.000 |



|                      |           |           |          |
|----------------------|-----------|-----------|----------|
| Atención veterinaria | No aplica | No aplica | \$50.000 |
|----------------------|-----------|-----------|----------|

### Estrategias de precios

| Costo de servicio       | \$ x mes            |
|-------------------------|---------------------|
| Servicio de luz         | \$400.000           |
| Servicio de agua        | \$200.000           |
| Mano de obra            | \$800.000 x persona |
| <b>Total: 4'600.000</b> |                     |

### Estrategias de Distribución

Nuestro canal de distribución es un canal de Marketing directo ya que tratamos directamente con el cliente, todo lo pactado o acordado con el usuario se hace de manera directa.

### Estrategias de comunicación

Animal-House genera valor para el cliente por medio de un Marketing Directo: por medio de internet específicamente en nuestras redes sociales (Instagram) y también usamos diferentes de tipos de publicidad mediante la herramienta de Marketing Digital.

### Marketing Mix

| <b>Estrategia</b> | <b>Objetivo o Smart</b>             | <b>Como</b><br>(describa como llegara al objetivo)                                | <b>Quien</b> (con que medios o personas se apoyara) | <b>Cuando</b> (tenga presente la fecha) | <b>Donde</b> (defina el lugar específicamente donde se realizará) | <b>Valor</b><br>(aproximación al costo) |
|-------------------|-------------------------------------|---|---|---|---|---|
| <b>Producto</b>   | Lograr posicionarnos en el mercado. | Por medio de concursos, publicaciones, campañas entre toros medios publicitarios. | Animal-House  | Aproximadamente un año.                 | A nivel nacional.   | \$400.000                               |



|                                 |   |   |   |   |  |             |
|---------------------------------|---|---|---|---|--|-------------|
| <b>Precio</b>                   | Aumentar la calidad sin necesidad de aumentar los precios.      | Intentar fidelizar con nuestros mismos proveedores.           | Nuestros proveedores y nosotros.                    | Cada mes o semana que hagamos algún tipo de pedido. | En nuestras instalaciones.                   | \$4'600.000 |
| <b>Promoción y comunicación</b> | Aumentar el trafico web, para aumentar la oportunidad de venta. | Siendo constantes con nuestras publicaciones, concursos, etc. | Nosotros haremos las publicaciones, concursos, etc. | 4 veces por semana.                                 | En nuestras redes sociales (Wix, Instagram). | \$0         |

### Desarrollo de Marca

Nombre de la idea:

**Animal-House**

| PASOS  | OBJETIVOS                             | RESULTADOS   |
|--|---------------------------------------|--|
| <b>Primer paso:</b> Diagnostico del servicio | A. Identificación del sector.         | Acompañamiento, adiestramiento.                      |
|  | B. Identificar marcas en competencia. | A. Veterinaria San Francisco; B. Gaia; C. Mi corral. |



|   |   |   |
|---|---|---|
|   | C. Soluciones principales y alternativas.   | Cuidado, disponibilidad.                |
|   | D. Tendencias del mercado.  | Tiempo para el cuidado de las macotas.  |
|   | E. Arquetipo de marca.  | Cuidador.                               |
| <b>Segundo paso:</b> Realidad psicológica de la marca | A. Percepción de las marcas de la competencia.  | Profesionalismo, posicionamiento.       |
|   | B. Identificar variables del neuromarketing.  | Distintos servicios.                    |
| <b>Tercer paso:</b> Posicionamiento                   | A. Identificar top of mine.   | Impecable atención.                     |
|   | B. Identificar top of heart   | Felicidad, seguridad.                   |
| <b>Cuarto paso:</b> Realidad material de la marca     | Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.  | Protección, confianza, amor y elección. |
| <b>Quinto paso:</b> Estrategias de comunicación       | Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológicas y de redes sociales. | Marketing Digital                       |

**Logo**





## **Estrategia de marketing Digital**

La red que escogeremos será Instagram



Instagram

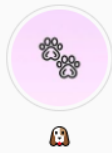
Busca



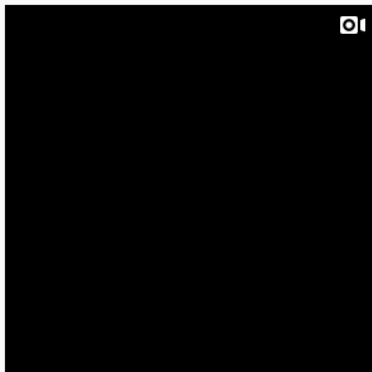
animal\_housepets [Editar perfil](#)

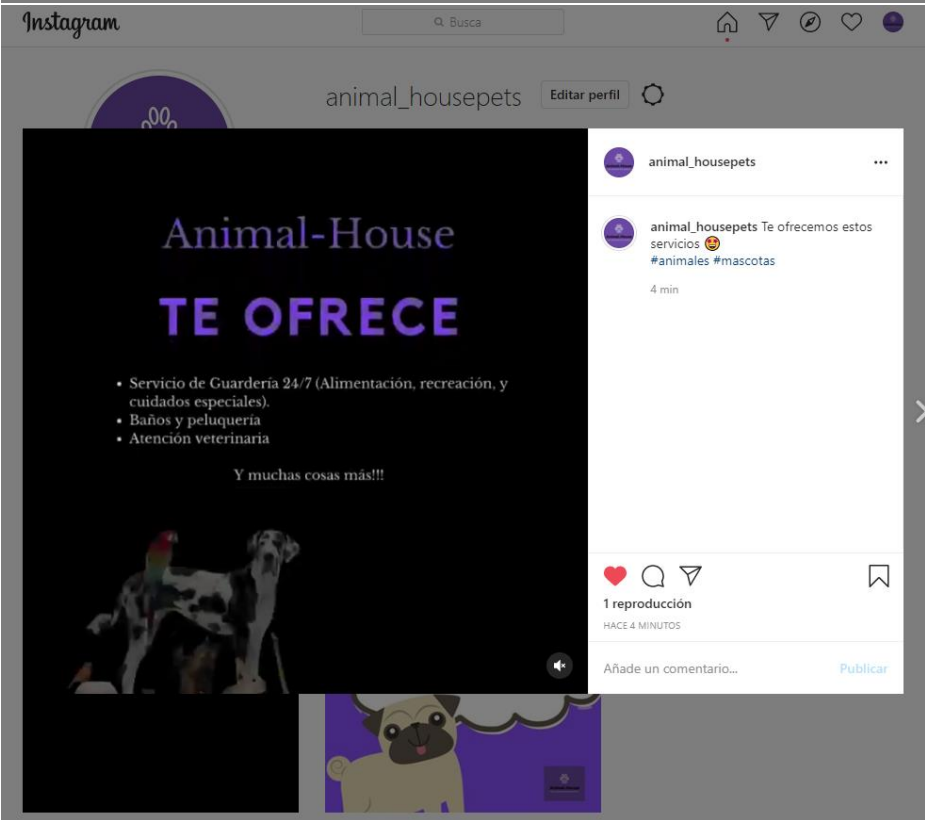
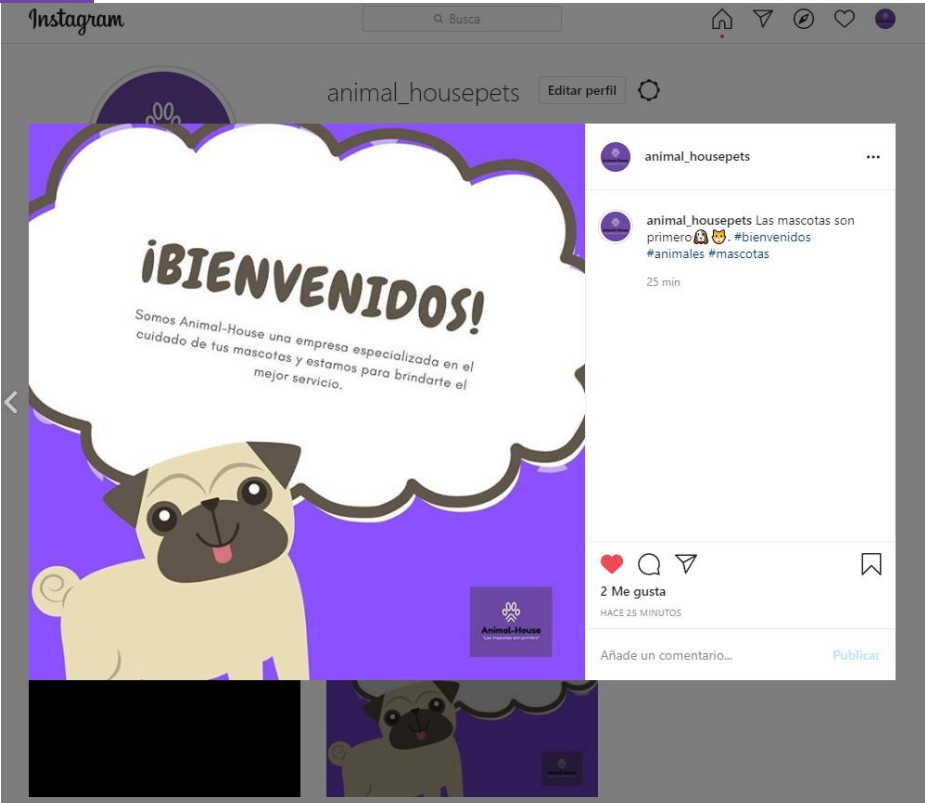
2 publicaciones 4 seguidores 7 seguidos

**Animal House**  
"Las mascotas son primero".  
Santa Marta, Colombia.  
[#mascotas](#) [#animales](#)  
🐱🐶🐾



[PUBLICACIONES](#) [IGTV](#) [GUARDADAS](#) [ETIQUETADAS](#)





## **Estrategias de Marketing Mix**

Cuenta de WIX vinculada con Instagram:

<https://javiereuardodaza1.wixsite.com/animalhouse>

## **Métricas claves**

¿Cuanto cuesta captar el cliente?

Actualmente en Aniamal-House, manejamos la publicidad nosotros mismos, dado que tenemos el conocimiento suficiente para realizar este tipo de actividad. Nuestro tipo de inversión para este caso seria de tiempo y contamos con la disposicion para dedicarnos el tiempo que se requiere.

$CAC = \text{Gasto total en captación} / \text{N}^\circ \text{ de clientes captados}$

$CAC = 0/11$

$CAC = 0$

## LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

| Tipo de Activo                                    | Descripción                    | Cantidad | Valor Unitario | Requisitos Técnicos |
|---|--------------------------------|----------|----------------|---------------------|
| <b>Infraestructura</b><br><br><b>Adecuaciones</b> | Cuarto de peluquería           | 1        | N/A            |                     |
|   | Cuarto de baño                 | 1        | N/A            |                     |
|   | Cuarto de seguridad            | 1        | N/A            |                     |
|   | Cuarto de guardería            | 1        | N/A            |                     |
|   | Bodega                         | 1        | N/A            |                     |
|   | Baños                          | 2        | N/A            |                     |
|   | Patio                          | 1        | N/A            |                     |
|   | Cocina                         | 1        | N/A            |                     |
|   | Recepción                      | 1        | N/A            |                     |
| <b>Maquinaria y equipo</b>                        | Máquinas para afeitar mascotas | 5        | \$74.900       |                     |
|   | Bañera                         | 3        | \$1'200.000    |                     |
|   | Manguera                       | 4        | \$125.000      |                     |
|   | Aire acondicionado             | 4        | \$832.000      |                     |
|   | Ventilador                     | 2        | \$150.000      |                     |
|   | Comida de animales             |          | \$130.000      |                     |
|   | Computadores                   | 2        | \$1'200.00     |                     |
|   | Teléfono                       | 1        | \$53.000       |                     |



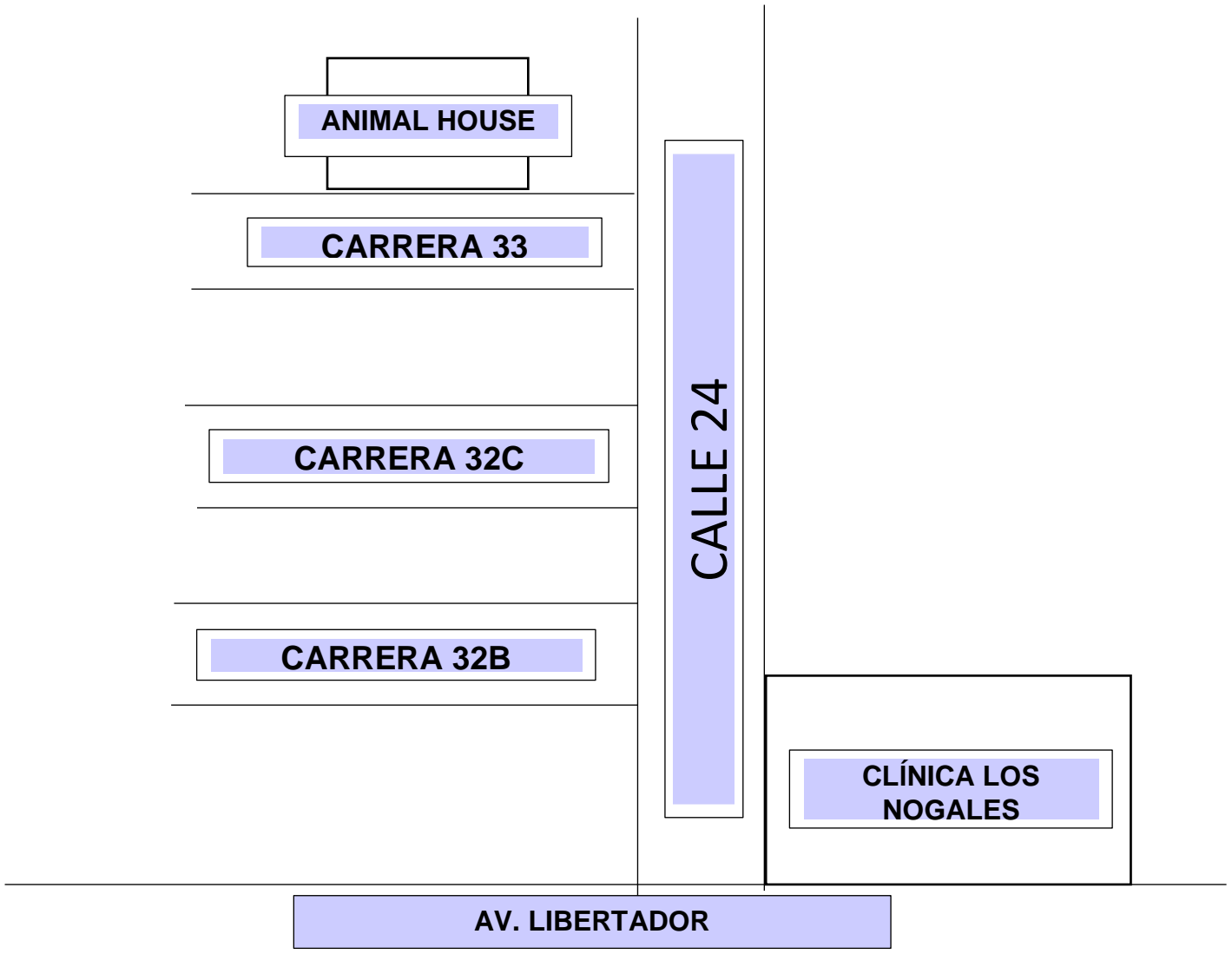
|   |                      |     |             |  |
|---|----------------------|-----|-------------|--|
| <b>Equipo de comunicación y computación</b> | Celular              | 2   | \$500.000   |  |
|   | Cámaras de seguridad | 8   | \$350.000   |  |
| <b>Muebles y enseres y otros</b>            | Camas para mascotas  | 40  | \$169.000   |  |
|   | Sillas               | 5   | \$140.000   |  |
|   | Sofás                | 2   | \$560.000   |  |
|   | Escritorio           | 1   | \$230.000   |  |
|   | Sillas de escritorio | 2   | \$140.000   |  |
|   | Uniformes            | 5   | \$50.000    |  |
|   | Impresora            | 1   | \$730.000   |  |
|   | Archivador           | 2   | \$1'605.000 |  |
| <b>Otro (Incluido herramientas)</b>         | Cepillos             | 5   | \$30.000    |  |
|   | Tijeras              | 5   | \$32.000    |  |
|   | Shampoo              | 5   | \$50.000    |  |
|   | Corta uñas           | 5   | \$11.000    |  |
|   | Bósales              | 15  | \$64.000    |  |
|   | Correas              | 40  | \$11.000    |  |
| <b>Gastos preoperativos</b>                 | N/A                  | N/A | N/A         |  |
|   | N/A                  | N/A | N/A         |  |
|   | N/A                  | N/A | N/A         |  |

## ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN

La microlocalización de Animal -House será ubicada en la Carrera 33 #23-29 en el barrio la Florida. Tres cuadras a mano izquierda por la Clínica Los Nogales en la ciudad de Santa Marta, Colombia.

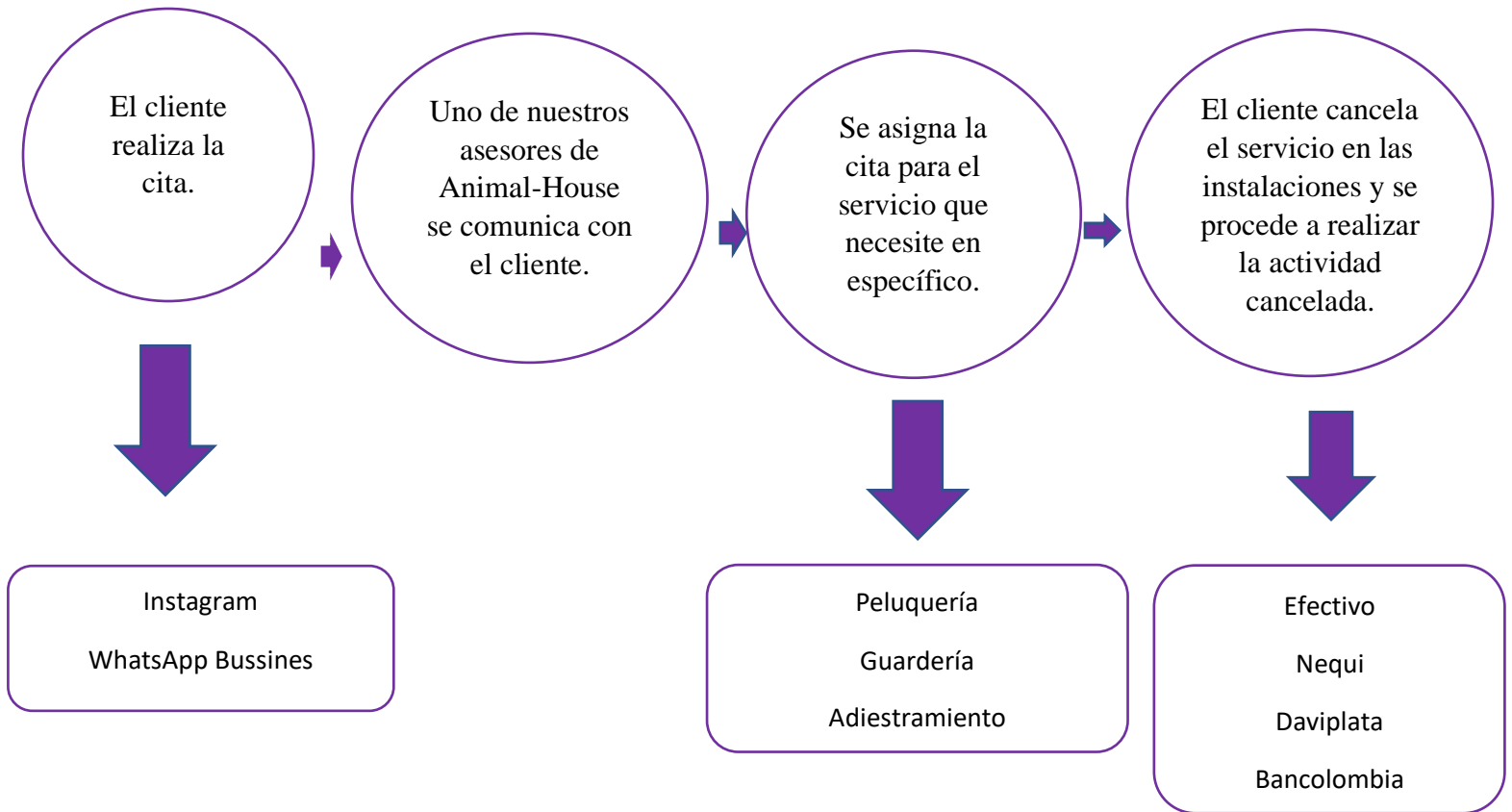
Par las instalaciones de la guardería Animal-house, la macro localización sería específicamente en el departamento del Magdalena, limitando por el norte con el Mar Caribe; por el oriente con los departamentos del La Guajira y el Cesar; por el sur y el occidente con el río Magdalena que lo separa de los departamentos de Bolívar y Atlántico.

## PLANO DE LA UBICACIÓN DE ANIMAL-HOUSE





## FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE OPERACIÓN DEL SERVICIO



¿Qué materias primas o insumos necesita para la elaboración del servicio? Realice un listado con cantidad y precio

R/

- Alimentación animal (\$130.000)
- Tijeras (\$32.000)
- Máquinas de corte (\$74.900)
- Cepillos (\$30.000)
- Bósales (\$64.000)
- Shampoo, jabón (\$50.000)
- Perfumes (\$21.400)
- Talcos (\$16.000)
- Antigarrapatas (\$46.000)
- Camas (\$169.000)
- Juguetes (\$19.000)
- Correas (\$11.000)
- Bañera (\$1'200.000)
- Secador (\$94.000)

Tabla de requerimientos de operación en el proceso de producción de animal-house

| <b>Bien/Servicio: Servicio de guardería</b> |  |                                       |  |  |
|---|--|---------------------------------------|--|--|
| <b>Unidades para producir: Servicio</b>     |  |                                       |  |  |
| Actividad del proceso                       | Tiempo estimado de realización (Minutos/horas) | Cargos que participan en la actividad | Número de personas que intervienen por cargo | Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producción por maquina (cantidad de producto/ unidad de tiempo) |
| Actividad 1<br>(GUARDERÍA)                  | Ilimitado                                      |                                       | 5  | Juguetes, camas, alimento.   |
| Actividad 2<br>(PELUQUERÍA)                 | 2h   |                                       | 3  | Máquina de corte, cepillos, tijeras, secador, etc.   |
| Actividad 3<br>(BAÑOS)                      | 1h   |                                       | 3  | Jabón, bañera, perfume, talco.   |
| Actividad 4<br>(ADIESTRAMIENTO)             | 30/40min                                       |                                       | 2  | Bósales, correas, juguetes.  |
| Actividad 5<br>(JUEGOS)                     | 3h   |                                       | 4  | Juguetes.  |
| Actividad 6<br>(ALIMENTACIÓN)               | 15min  |                                       | 3  | Alimento, platos.  |



|                           |    |                         |    |  |
|---------------------------|----|-------------------------|----|--|
| Actividad 7<br>(LIMPIEZA) | 1h | Personal de<br>limpieza | 2  | Escobas, recogedor, traperos,<br>límpido, jabón. |
| Total:                    | -  | -                       | 22 | -  |



| GUARDERÍA ANIMAL-HOUSE |         |       |
|------------------------|---------|-------|
| CODIGO                 | VERSIÓN | FECHA |

## FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

### A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)

#### ANIMAL- HOUSE ( HOUSE PETS)

Animal hace referencia al cuidado que tendremos hacia los animales domésticos; y house hace referencia al establecimiento donde estaremos instalados ya que será una casa adecuada para este emprendimiento.

### B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

# NO APLICA

### C. PRESENTACIONES COMERCIALES

# NO APLICA

### D. TIPO DE ENVASE

# NO APLICA

### E. MATERIAL DE ENVASE

# NO APLICA

### F. CONDICIONES DE CONSERVACION

# NO APLICA

### G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

1. El cliente hace la cita mediante nuestras redes sociales
2. el asesor de Animal-house se comunica con el cliente
3. Se asigna la cita para el servicio que el cliente desee (peluquería, guardería, adiestramiento, etc.)



4. El cliente cancela el servicio (efecty, nequi, daviplata, Bancolombia) en las instalaciones o ya sea por medio de transferencias y se procede a realizar la actividad cancelada.

**H. VIDA UTIL ESTIMADA**

**NO APLICA**

**I. PORCION RECOMENDADA**

**NO APLICA**

**J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO**



**K. GRUPO POBLACIONAL**

**Firma del responsable del producto:**

JEFE DE PRODUCCION

Nombre del responsable del producto

Firma:

## COMPROMISO DEL AUTOR

Yo, **Carolina Torres Rodríguez** con **C.C. 1.235.540.211** estudiante del programa de negocios internacionales declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales practicas

FIRMA: 

## COMPROMISO DEL AUTOR

Yo, **Javier Eduardo Daza Cantillo** con **C.C. 1.083.047.891** estudiante del programa de negocios internacionales declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales practicas

FIRMA: 



## COMPROMISO DEL AUTOR

Yo, **Sharon Vanessa Celis Ortega** con **C.C. 1.007.692.106** estudiante del programa de negocios internacionales declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales practicas

FIRMA: Sharon C.

## CONCLUSIÓN

El proyecto que realizamos ha contribuido de manera muy importante para identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar en la ciudad de Santa Marta para llevar a cabo una implementación exitosa de este nuevo sistema de cuidado y protección animal.

Dentro de los puntos que consideramos tienen más importancia dentro de un proyecto de esta naturaleza es la confianza que debemos brindar a la hora de presentarnos como empresa, una primera buena impresión es fundamental para generar una buena confianza.

A lo largo de este proyecto percibimos un problema en la ciudad de Santa Marta, el cuál es la falta de tiempo o el cuidado necesario que necesita una mascota, así mismo buscamos una solución viable y nos dio como resultado crear este proyecto para satisfacer una necesidad actual en nuestra ciudad y así dar un mejor nivel de vida a los Samarios.

## BIBLIOGRAFÍA

- [https://www.google.com/search?rlz=1C1OKWM\\_esCO786CO786&sxsrf=ACYBGNSTeZyp3pKf4svc1K0NpTMutK0qQ%3A1573509297381&ei=sdjJXePzFsnx5gLdmaDwBg&q=VETERINARIAS+EN+SANTA+MARTA&oq=VETERINARIAS+EN+SANTA+MARTA&gs\\_l=psyab.3.0l4j0i22i30l6.13562.18075.18294...1.4..0.236.5215.0j16j11.....0...1..gws wiz.....10..0i71j35i362i39j35i39j0i131j0i67i70i249j0i67j0i22i10i30.TojPk4PGnDo&ved=0ahUKEw ijkOL1kuPlAhXJuFkKHd0MCG4Q4dUDCAs&uact=5](https://www.google.com/search?rlz=1C1OKWM_esCO786CO786&sxsrf=ACYBGNSTeZyp3pKf4svc1K0NpTMutK0qQ%3A1573509297381&ei=sdjJXePzFsnx5gLdmaDwBg&q=VETERINARIAS+EN+SANTA+MARTA&oq=VETERINARIAS+EN+SANTA+MARTA&gs_l=psyab.3.0l4j0i22i30l6.13562.18075.18294...1.4..0.236.5215.0j16j11.....0...1..gws wiz.....10..0i71j35i362i39j35i39j0i131j0i67i70i249j0i67j0i22i10i30.TojPk4PGnDo&ved=0ahUKEw ijkOL1kuPlAhXJuFkKHd0MCG4Q4dUDCAs&uact=5)
- [https://www.santamarta.gov.co/sites/default/files/borrador\\_de\\_la\\_politica\\_publica\\_de\\_proteccion\\_y\\_bienestar\\_animal\\_de\\_santa\\_marta\\_dtch.pdf](https://www.santamarta.gov.co/sites/default/files/borrador_de_la_politica_publica_de_proteccion_y_bienestar_animal_de_santa_marta_dtch.pdf)
- [https://www.google.com/search?rlz=1C1OKWM\\_esCO786CO786&sxsrf=ACYBGNSP7aegKRn1OSDU1q-GqRHr-CF2A%3A1573510636654&ei=7N3JXbazJ4SJ5wK40py4Cg&q=guarderias+en+santa+marta&oq=GUARDERIAS+EN+SAN&gs\\_l=psyab.3.0.0i20i263j019.824.4044.4909...1.1..1.362.3414.0j9j7j1.....0....1..gws wiz.....10..0i71j35i362i39j35i39j0i67j0i131.AhNJv5jn6sA](https://www.google.com/search?rlz=1C1OKWM_esCO786CO786&sxsrf=ACYBGNSP7aegKRn1OSDU1q-GqRHr-CF2A%3A1573510636654&ei=7N3JXbazJ4SJ5wK40py4Cg&q=guarderias+en+santa+marta&oq=GUARDERIAS+EN+SAN&gs_l=psyab.3.0.0i20i263j019.824.4044.4909...1.1..1.362.3414.0j9j7j1.....0....1..gws wiz.....10..0i71j35i362i39j35i39j0i67j0i131.AhNJv5jn6sA)
- <https://seguimiento.co/la-samaria/38766-perros-y-gatos-han-sido-censados-en-santa-marta-21742>
- <https://seguimiento.co/la-samaria/38766-perros-y-gatos-han-sido-censados-en-santa-marta-21742>