

PLAN DE MERCADEO PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS CON EL FIN DE CREAR
LA TIENDA CAFÉ DE GATOS “GATURNO” EN LA CIUDAD DE BOGOTA

LILIANA PATARROYO GUIO
Octubre 2016

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS ECACEN
ESPECIALIZACION GERENCIA ESTRATEGIA DE MERCADEO

PLAN DE MERCADEO PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS CON EL FIN DE CREAR
LA TIENDA CAFÉ DE GATOS “GATURNO” EN LA CIUDAD DE BOGOTA

LILIANA PATARROYO GUIO
Octubre, 2016

Proyecto de grado presentado para optar el título de Especialista en Gerencia Estrategia de
Mercadeo

Director
Clara Sofia Caviedes

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y DE
NEGOCIOS ECACEN
ESPECIALIZACION GERENCIA ESTRATEGIA DE MERCADEO

DEDICATORIA

“A Dios por permitirme continuar sana y feliz en este mundo y a mi familia por la comprensión y respeto por mi decisión de continuar aprendiendo para ejercer mi profesión con mayor profesionalismo”

A Esta Familia Gatuna que es mi inspiración....

Toto

Puca

Lola

Willy

Pipe

Angie

Mona

AGRADECIMIENTOS

“A la Universidad Abierta y a Distancia UNAD por desarrollar con valor el difícil trabajo de educar a través de herramientas virtuales manteniendo la excelencia en sus programas de Posgrado”

Tabla de contenido

Resumen	
Abstrac	
Introducción	1
Capítulo 1. Problema de Investigación	2
1.1 Tema de Investigación.....	2
1.2 Planteamiento del Problema de Investigación.....	2
1.3 Formulación del problema.....	4
1.4 Sistematización del problema.....	4
Capítulo 2. Justificación.....	5
Capítulo 3. Objetivos	6
3.1. Objetivo General	6
3.2. Objetivos Específicos	6
Capítulo 4. Marco Referencial	7
4.1. Marco Teórico.....	7
4.2. Marco Conceptual.....	10
Capítulo 5. Metodología De La Investigación	12
5.1. Tipo de Estudio	12
5.2. Método de Investigación.....	13
5.3. Fuentes y técnicas para la recolección de información	13
5.4. Población.....	14
5.5. Cálculo de la Muestra.....	14
5.6. Tipo de Muestreo	16

5.7. Procesamiento de Datos	17
Capítulo 6. Resultados de la Investigación	18
Capítulo 7. Plan de Mercadeo	23
7.1. Objetivos	23
7.2. Análisis de resultados de la encuesta	23
7.3. Análisis Situacional del Mercado.....	26
7.3.1. <i>Cafés de gatos a nivel internacional</i>	27
7.3.2. <i>Competencia a nivel local</i>	32
7.3.3. <i>Requisitos mínimos de la Secretaria de Salud para la tenencia de mascotas en sitios públicos</i>	33
7.4. Análisis DOFA para la creación de un café de gatos en Bogotá.....	36
7.5. Estrategias del marketing Mix.....	37
7.5.1. <i>Estrategia de Producto o servicio</i>	37
7.5.2. <i>Estrategia de Precio</i>	40
7.5.3. <i>Estrategia de Plaza</i>	44
7.5.4. <i>Estrategia de Promoción</i>	44
7.6. Plan de negocio – Modelo de negocio Canvas.....	51
CAPITULO 8. Estudio Financiero	58
8.1 Proyección de ventas.....	58
8.2 Inversión Inicial, nómina y gastos fijos del primer año	60
8.3 Inversión Total y Financiación.....	61
8.4 Estados financieros.....	62
8.5 Evaluación Financiera y Punto de Equilibrio	63
CAPITULO 9. Propuesta	66
9.1 Misión.....	66
9.2 Visión	66

9.3 Logo	66
9.4 Valor agregado	66
Conclusiones	69
Recomendaciones	70
Bibliografía	71
Webgrafía	71
Anexo 1. Encuestas Café de Gatos	74
Anexo 2. Informes Financieros	75

TABLA DE GRAFICOS

Grafico 1. Mezcla de mercado actividades incluidas –Philip Kotler 1999.....	11
Grafico 2. Resultados Tabulados de la Encuesta.....	21
Grafico 3. Modelo de negocios Canvas de 9 módulos para plantear el plan de negocios.....	55
Grafico 4. Punto de Equilibrio.....	67

TABLA DE TABLAS

Tabla 1. Ingreso y ventas del primer año.....	62
Tabla 2. Costo de cada producto Servicio.....	62
Tabla 3. Información base para cálculo de proyecciones.....	62
Tabla 4. Proyección de ventas y costos Anuales.....	63
Tabla 5. Inversión inicial proyectada.....	63
Tabla 6. Nómina y Gastos fijos Año 1.....	63
Tabla 7. Inversión total y Financiación requerida.....	64
Tabla 8. Amortización del crédito.....	64
Tabla 9. Utilidad neta 5 primeros años proyectados.....	65
Tabla 10. Balance 5 primeros años proyectados.....	65
Tabla 11. Flujo de caja del proyecto.....	66
Tabla 12. VPN y TIR.....	66
Tabla 13. Punto de Equilibrio para el proyecto.....	67

Resumen

Si bien la innovación es un concepto amplio en la medida en que puede tener diversas interpretaciones, creación, cambio, perfección, revolución; el desarrollar un nuevo producto o servicio para un mercado ya abordado por firmas de gran experiencia como Starbucks, OMA, Juan Valdez conlleva a un desafío; este proyecto aborda la creación de una nueva clase de tienda en Colombia como una idea innovadora en el mercado de las bebidas a base de café e implementar la convivencia con animales de compañía; en este caso gatos domésticos para lograr un fusión entre tienda de Café y un lugar de esparcimiento diferente.

Los cafés de gatos en el mundo combinan innovación y responsabilidad social y se han diseñado este tipo de tiendas con el objetivo de brindar un espacio de esparcimiento a los visitantes y a su vez dar una segunda oportunidad a animales en posición de indefensión y maltrato.

Este plan de mercadeo busca proponer las estrategias necesarias para desarrollar con éxito la creación de una tienda café de gatos que ofrezca bebidas de café principalmente, complementado con todo tipo de bebidas mientras se disfruta de un espacio de esparcimiento basado en el concepto de convivir por algunas horas rodeados de gatos de raza y con un comportamiento manso así como, gatos domésticos recuperados del abandono con opción de adopción.

El estudio de mercado se centra en un sector de la población que cumple dos características en común, el amor por los gatos y los medios económicos para acceder a los servicios de la tienda por esta razón se ha definido como mercado objetivo los estratos 4, 5 y 6, y mujeres entre los 10 y 85 años de edad que viven en la ciudad de Bogotá.

Con base en el estudio de mercado se establecen el mercado objetivo, las estrategias ganadoras para hacer el proyecto viable en la mezcla de mercado de las 4 Ps, se desarrolla la propuesta de negocio utilizando el método Canvas y se plantea un estudio de pre-factibilidad económica necesaria para la toma de decisión para los posibles inversionistas.

Abstract

While innovation is a broad concept where you can have different interpretations, perfection, creation, change, revolution; develop a new product or service to a market already addressed by great experience as Starbucks, OMA, Juan Valdez firms entails a challenge; This project deals with the creation of a new kind of store in Colombia as an innovative idea in the market of coffee-based beverages and implement living with pets, in this case domestic cats to achieve a fusion between coffee shop and a place for different recreation.

Cats in the world cafés combine innovation and social responsibility and have been designed for this type of stores with the aim of providing a space for recreational visitors and in turn give a second chance to animals in a position of helplessness and abuse.

This marketing plan seeks to propose strategies necessary to successfully develop the creating a coffee cats offering coffee drinks mainly complemented with all kinds of drinks while enjoying a space of relaxation based on the concept of living together for a few hours surrounded by cats of breed and a meek behavior as well as, domestic cats recovered from the abandonment with option of adoption.

The market study focuses on a segment of the population that meets two features in common, the love of cats and means to access the services of the store for this reason has been defined as target market levels 4, 5 and 6 and women between 10 and 85 years old living in Bogotá city.

The target market, the winning strategies to make the project viable in the mix of the 4 Ps market are set based on the market study, the business proposal using the method develops.

Introducción

Los cafés de gatos buscan dar la oportunidad a personas que añoran tener una mascota, el mantener contacto con estos y también a aquellas que buscan relajarse del estrés del trabajo o estudio, una alternativa distinta para disfrutar su tiempo libre. Si bien estos cafés han tenido una acogida importante especialmente en Japón, España y últimamente en Nueva York, se desconoce si en Bogotá hay un mercado para este tipo de establecimientos.

De igual forma la convivencia de estas mascotas en un ambiente cerrado y con desconocidos debe ser evaluada por lo cual se propone desarrollar una investigación que incluya la elaboración de un plan de mercado que revele si es viable crear una tienda café de esta naturaleza desde el punto de vista técnico, económico y legal acompañado de una evaluación de mezcla de marketing. Se acudirá al empleo de técnicas de investigación como son las entrevistas directas, las encuestas mediante cuestionarios y su análisis de resultados para obtener información sobre la percepción que los futuros clientes tienen sobre una Tienda Café innovadora que incluya animales de compañía; así mismo, se establecerá cual es el segmento del mercado y el producto.

El proyecto buscara también incluir dentro de la investigación la responsabilidad social corporativa de la nueva tienda café de gatos y se desarrolle un servicio social a la comunidad ofreciendo un espacio para la adopción de estos animales y la creación de conciencia sobre el maltrato animal.

Capítulo 1. Problema de Investigación

1.1 Tema de Investigación

La investigación propuesta para desarrollar como trabajo de grado está diseñada bajo la línea de investigación Desarrollo Empresarial y como temática el emprendimiento. En el desarrollo de este plan de mercadeo se va a aplicar el tipo de estudio descriptivo, buscando analizar los problemas de marketing asociados a la creación de una idea innovadora en el mercado de las tiendas café en Bogotá. El tipo de estudio descriptivo permitirá establecer las diferentes características demográficas en el lugar objeto de la investigación, como es la población, edad, nivel educativo, gustos y tendencias de consumo, actitud y comportamientos preferenciales.

1.2 Planteamiento del Problema de Investigación

“Un producto difiere en el grado en el cual puede ser diferenciado, el café es un producto denominado commodity” (Philip Kotler. Published by Free Press on sep 29, 1999), ahora si un cliente busca el mejor café del mundo piensa en un café colombiano aun cuando el café de Brasil, Argentina o Costa Rica puede estar a la par, sin embargo, la idea persiste ayudada por la publicidad. Estamos en Colombia la propuesta consiste en desarrollar un plan de mercadeo en el

cual se establezcan las estrategias necesarias para atender un nuevo mercado ya que se creara una tienda Café donde su principal atractivo son los gatos de compañía, tienda innovadora que estará ubicada en Bogotá y de este tipo de tiendas no se tiene referencia alguna en el país; es conocido que una tienda de café se abre a diario en cada esquina, es decir, tenemos por todas partes el mejor café del mundo; como diferenciar y desarrollar la ventaja competitiva de la Tienda Café Gaturno en este nuevo nicho de mercado?

Los establecimientos llamados cafés de gatos son establecimientos que permiten tomar un café rodeado de gatos y hasta consultar la prensa o conectarse a una red Wi-Fi mientras se goza de la compañía de los animales que los habitan; Quienes visitan estos locales disfrutan del café de distintas procedencias que ofrece el establecimiento mientras dan de comer a los gatos, o pasan las horas entre las páginas de algún libro con un animal en el regazo.

Existen diversos tipos de cafés de gatos en Asia y Europa, algunos se especializan en determinadas razas de gatos, o en gatos negros u otros colores, entre otras cosas. Los cafés de gatos japoneses cumplen estrictas reglas para asegurar la salud y el bienestar de animales y clientes, en particular asegurándose de que los gatos no sean molestados en exceso o reciban atención no deseada, como la de niños pequeños, o cuando están durmiendo. Muchos cafés de gatos también procuran crear conciencia sobre los problemas que pasan los gatos, como el abandono y el maltrato.

Este proyecto incluye una investigación de mercado que permitirá determinar el tamaño del mercado al abrir una tienda Café de Gatos en Bogotá, este estudio es necesario para la toma de decisiones de los inversionistas analizando no solo los aspectos del mercado y las estrategias

de posicionamiento sino también el marco técnico y legal que envolvería un proyecto nuevo e innovador en la ciudad.

1.3 Formulación del problema

Cuál es el tamaño del mercado en Bogotá para crear una tienda de café de gatos que incluye un componente no conocido como es el incluir gatos como parte del ambiente del establecimiento y que estrategias se deben adoptar a partir de la investigación del mercado, soportado en un estudio técnico y financiero para hacer de esta propuesta de emprendimiento un negocio viable desde el punto de vista de la proyección de las ventas y el presupuesto de gastos?

1.4 Sistematización del problema

Cuál debe ser la estructura de la investigación que permita establecer la oferta y demanda analizando las variables como hábitos de compra en tiendas de café, relación de las mascotas con los humanos, sanidad de ambientes cerrados y manejo de alimentos?

Cuáles deben ser las estrategias comerciales a seguir de acuerdo al plan de mercadeo para la ejecución de la idea de emprendimiento?

De acuerdo al estudio técnico y financiero cuales son los recursos requeridos y que nivel de ventas se espera en los primeros 5 años de operación?

Está preparado el mercado para recibir y aceptar una idea innovadora con la creación de la Tienda Café Gaturno en la ciudad de Bogotá y donde debe ser ubicada la tienda en la ciudad?

Capítulo 2. Justificación

Cuando se lanza al mercado un nuevo producto y/o servicio es necesario identificar las necesidades del consumidor, cuanto está dispuesto a pagar y cuál es el canal idóneo para que este llegue a sus manos. La investigación de mercados es de suma importancia como fuente de información acerca del mercado, permite la toma de decisiones sobre bases reales y la definición de un plan a seguir.

Se propone realizar una investigación de tipo descriptiva con el objetivo de conocer las características de una población específica, midiendo resultados y presentando un plan de negocios para la creación de una tienda café de gatos en la ciudad de Bogotá; al ser una idea innovadora en el mercado de este tipo de establecimientos es necesario a su vez evaluar el escenario técnico y legal de este proyecto, identificando los recursos requeridos y los permisos de funcionamiento necesarios por estar involucrados animales domésticos.

Esta investigación brindara las herramientas necesarias al emprendedor para la toma de decisiones sobre la inversión a realizar, cual es la mezcla de mercado para esta tienda innovadora y cuál es el presupuesto de ventas proyectado cuando se ejecute el proyecto.

Capítulo 3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de mercadeo que permita al emprendedor establecer las estrategias comerciales que deben implementarse para la creación de una tienda café de gatos innovadora apoyada en un análisis situacional y mezcla del mercado, evaluando las ventas previstas y el presupuesto de gastos.

3.2. Objetivos Específicos

Analizar cómo posicionar en el mercado este tipo de tienda café de gatos y establecer la o las ventajas competitivas.

Elaborar una investigación de mercado para conocer los gustos y tendencias de compra del mercado objetivo.

Establecer la proyección de ventas de la tienda café de gatos y elaborar el presupuesto de gastos, tomando como base el tamaño del mercado y los costos fijos y variables.

Desarrollar un plan de marketing, donde se establezcan las condiciones de precios al público y la estrategia de promoción para el éxito del negocio.

Capítulo 4. Marco Referencial

4.1. Marco Teórico

Diversas son las teorías existentes que apoyan la creación de una nueva empresa, para el desarrollo del plan de mercadeo se tendrá en cuenta las teorías más recientes sobre el marketing moderno, la innovación, el emprendimiento y la responsabilidad social empresarial en Colombia.

“Un producto no es un producto a menos este sea vendido, de otra manera este es puramente una pieza de museo”.--- Ted Levitt. Este proyecto busca vender un producto que no existe en Colombia, hay algunas tiendas Café de Gatos en otras ciudades de Asia y Europa es necesario crear una mezcla de mercado conscientemente planeada que genere el mayor impacto.

El profesor Jeremy McCarthy, cerca de los años 60 propuso una mezcla de mercado consistente de 4 Ps producto, precio, plaza y promoción; estas cubren la mayoría de las actividades del mercado. Hacer el análisis de las 4 P permite decidir cuál será el producto, sus características y ventaja o ventajas competitivas, decidir cómo será distribuido, los métodos de promoción y el precio. La mezcla de mercado permite analizar todas las actividades en el negocio que se espera desarrollar como se muestra en la figura 1.



Grafico 1. Mezcla de mercado actividades incluidas –Philip Kotler 1999

Todos los nuevos negocios tienen muchos factores en común, pero para ser una iniciativa innovadora, la empresa tiene que tener características especiales por encima de ser nueva y de su tamaño; los emprendedores crean algo nuevo, algo diferente, cambian o transmutan valores. Teóricamente, el espíritu empresarial debe correr el menor riesgo en lugar de ser el más riesgoso, en áreas altamente visibles de innovación como los de alta tecnología la tasa de siniestros es alta y las posibilidades de éxito bajas, siempre en la innovación existirá el riesgo de no tener éxito.

De acuerdo a Peter F. Ducker 2009, la innovación es el instrumento específico de la iniciativa empresarial, es el acto que dota de recursos con una nueva capacidad para crear riqueza, de hecho, la innovación crea un recurso. La innovación se puede definir en la forma en que J.B.Say define el espíritu empresarial, como el cambio del rendimiento de los recursos ó como un economista moderno tendería a hacer, puede ser definida en términos de demanda y no

en términos de suministro, es decir, como el cambio del valor y la satisfacción obtenida de recursos por parte del consumidor.

Muchos emprendedores no saben cómo hacer de su empresa una compañía socialmente responsable, algunos, de hecho, no tienen muy claro el concepto. Hoy los consumidores no sólo buscan un producto que pueda satisfacer una necesidad, que sea de calidad y no cueste mucho, sino que además sea amigable con el medio ambiente, que impulse de alguna manera el desarrollo de una comunidad, que proteja los derechos humanos y/o de los animales y que venga de una empresa que garantice su compromiso con el progreso de una sociedad.

Esas exigencias de la sociedad hacia las empresas, hacen que hoy en día todos los empresarios deban pensar en implementar buenas prácticas de RSE, que les permita mejorar sus sistemas de gestión, identificar nuevas oportunidades de negocio y minimizar los riesgos legales, sociales y ambientales de su empresa, con el objetivo de incrementar sus niveles de competitividad y sostenibilidad, explica Patricia González, jefe de RSE de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Para empezar, hay que entender qué es la RSE. González la define como “la responsabilidad de una empresa ante los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de su actividad. Un sistema de gestión que considera las expectativas de los grupos de interés relacionados con la empresa, a través de un comportamiento transparente y ético. Por otra parte, Ricardo Pineda, gerente de proyectos de Compartamos con Colombia, agrega que la RSE es “el compromiso de las empresas para hacer una mejor sociedad y para que así, en el futuro, se beneficien con un mejor mercado y mayores oportunidades”. La Responsabilidad Social Empresarial actualmente es vista como una nueva manera de hacer negocios.

4.2. Marco Conceptual

Marketing: El Dr. Philip Kotler lo define como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio. La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía es capaz de servir mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados.

Uno de los objetivos con esta investigación es determinar cuál es el producto de la tienda de café de gatos, definiciones de producto:

Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", nos brindan la siguiente definición (de lo que es el producto: "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. La primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. El consumidor identifica los productos por su marca. En este proceso de diferenciación, el consumidor reconoce las marcas, a las que le asigna una imagen determinada".

Según Jerome McCarthy y William Perrault, autores del libro "Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica", el producto "es la oferta con que una compañía satisface una necesidad"

La American Marketing Association (A.M.A.), define el término producto, como "un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. Usualmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y de la organización"

"El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)".(Promonegocios.net »Producto» Definición de Producto - Artículo Publicado en Diciembre 2005 - Derechos Reservados. Ivan Thompson)

Capítulo 5. Metodología De La Investigación

5.1. Tipo de Estudio

El tipo de estudio que se llevara a cabo para este plan de mercadeo será de tipo descriptivo, de acuerdo a Hernandez Sampieri “los estudios descriptivos miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar; desde el punto de vista científico describir es medir, se selecciona una serie de planteamientos y se mide cada una de ellas para así describir lo que se investiga” (Hernández Samieri y otros (1994), Metodología de la investigación, México, Mac Graw Hill Cap 4 y 5).

En el desarrollo de este estudio se analizara las frecuencias con que ocurren los problemas de marketing que servirán para analizar el comportamiento de la población antes un nuevo producto o servicio. Este tipo de estudio permitirá establecer las características demográficas en el lugar de estudio como son: población, edad, nivel educativo, conductas, actitudes, comportamientos y preferencias.

Se realizara una recolección de información mediante encuestas, la cual será sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

5.2. Método de Investigación

El método de investigación será cuantitativo, donde se recogerán y analizarán datos cuantitativos sobre variables y se estudiará la asociación o relación entre las variables. La información será obtenida por medio de encuestas sociales “la cual es una estrategia de investigación que se basa en las declaraciones verbales de la población concreta. La muestra será representativa de la población y la información se limitará a las preguntas que componen el cuestionario” (Cea D’Ancona, M.A. , 1998 “ Metodología de la Investigación cuantitativa en las ciencias sociales”. www.monografias.com. Recuperado el 20 de mayo de 2015).

5.3. Fuentes y técnicas para la recolección de información

En el Anexo 1 se encuentra la encuesta diseñada a realizar a la población foco de estudio en la ciudad de Bogotá, las preguntas serán de tipo cerrado y se busca medir los siguientes comportamientos de la población:

- Preferencias sobre tiendas de café
- Nivel de aceptación sobre la tienda de café incorporando gatos como animales de compañía
- Opiniones sobre la tenencia de animales en espacios públicos y confinados
- Ubicaciones más viables para la apertura de la tienda café de gatos

- Frecuencia de visita a tiendas de café de gatos
- Opiniones sobre costos involucrados para el ingreso a la tienda café de gatos

5.4. Población

La ubicación de la tienda café de gatos será en la ciudad de Bogotá, es necesario limitar las edades de los visitantes de la tienda por la tenencia de animales; los gatos son animales con un comportamiento pasivo en el día y activo en la noche por lo cual su interacción con niños pequeños puede llegar a alterarlos y el diseño de la tienda es considerada para adultos y niños bajo supervisión de un adulto. La población serán hombres y mujeres en edades entre 18 y 85 años. Si bien las tiendas de café normalmente tienen costos de sus productos con acceso fácil a los diferentes estratos socioeconómicos, la tienda de café de gatos será diseñada para que el visitante pueda compartir durante horas con los felinos por lo cual será necesario pagar por tiempo de estadía en la tienda que incluirá un consumo mínimo dentro de la tarifa. Se limitará la investigación a los estratos 4,5 y 6.

5.5. Cálculo de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se tendrán en cuenta los siguientes factores.

- El porcentaje de confianza con el cual se quiere generalizar los datos desde la muestra hacia la población total
- El porcentaje de error que se pretende aceptar cuando se generalice

- El nivel de variabilidad que se calcula para comprobar las hipótesis planteadas en la sistematización del problema

La confianza es el porcentaje de seguridad que existe en los resultados obtenidos. Un porcentaje del 100% equivale a decir que no existe ninguna duda para generalizar estos resultados, pero también implica estudiar a la totalidad de los casos de la población, comúnmente las investigaciones sociales se busca un nivel de confianza de 95%.

El error equivale a elegir una probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera o a la inversa. Al igual que en el caso de la confianza, si se quiere eliminar el riesgo del error y considerarlo como 0%, entonces la muestra es del mismo tamaño que la población, por lo que conviene correr cierto riesgo de equivocación. Comúnmente se acepta niveles de error entre 4 y 6% tomando en cuenta que la confianza y el error no son complementarios.

“La variabilidad es porcentaje con el que se aceptó y se rechazó la hipótesis que se quiere investigar en alguna investigación anterior o en un ensayo previo a la investigación actual. El nivel de aceptación positiva se denota como p y la negativa como q . Se debe entender p y q como una unidad $p+q=1$ entonces los valores de p serán 0,5 y de q 0,5.” (Recuperado el 20 de mayo de 2015, <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>)

El tamaño de la población de acuerdo al DANE es 1'032.325 personas en la ciudad de Bogotá que cumplen con la característica de edad y estrato requerida. (Recuperado el 20 de mayo de 2015, https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/conciliacenso/8Tablasvida1985_2020.pdf)

Conociendo los datos anteriores se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

n es el tamaño de la muestra a calcular

Z es el nivel de confianza 1,96

p es la variabilidad positiva 0,5

q es la variabilidad negativa 0,5

N es el tamaño de la población 1'032.325

E es la precisión o el error 0,05

Al despejar la fórmula n corresponde a 384 que es el número de encuestas a realizar.

5.6. Tipo de Muestreo

Muestreo no probabilístico (no aleatorio), en este tipo de muestreo puede haber clara influencia de la persona o personas que seleccionan la muestra o simplemente se realiza atendiendo a razones de comodidad. Salvo en situaciones muy concretas en la que los errores cometidos no son grandes, debido a la homogeneidad de la población, en general no es un tipo de muestreo riguroso, dado que no todos los elementos de la población pueden formar parte de la muestra.

5.7. Procesamiento de Datos

Se utilizarán técnicas estadísticas como el muestreo para el tratamiento de la información, esta se tabula en Excel y se ordena por sistema matemático y de carácter estadístico, se tomara la información más relevante de los cuestionarios y de la observación para el desarrollo de esta investigación.

El formulario de Encuesta Anexo 1. Se elaboró a través de la herramienta Formularios de Google el cual los encuestados diligenciaron vía web en la siguiente dirección:

https://docs.google.com/forms/d/1pfetbRk1iQOspFnvoG6umZUECRB5iChI6GPuGVcvtQA/viewform?usp=send_form

Se utilizarán la red social Facebook y los grupos cuyo interés en gatos o en general animales de compañía y se usó la entrevista directa para completar el mínimo de entrevistas requeridas, es decir, entrevistas a clientes de veterinarias y tiendas de animales de estratos altos de la ciudad.

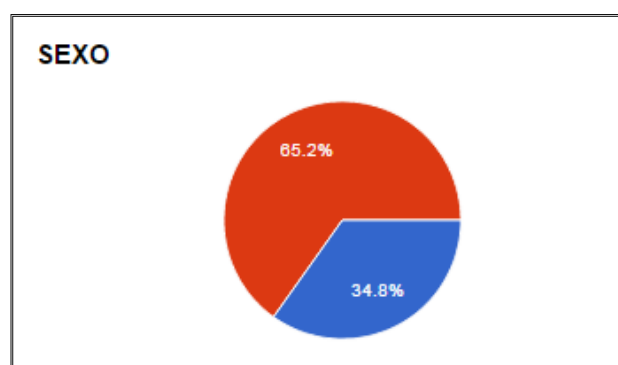
Capítulo 6. Resultados de la Investigación

A continuación se detallan los resultados de la encuesta denominada “Tienda de Café”, importante resaltar que por ser un concepto nuevo en la ciudad fue necesario dar una explicación inicial al encuestado de este nuevo concepto en tiendas de Café.

Gráfico 2. Resultados Tabulados de la Encuesta

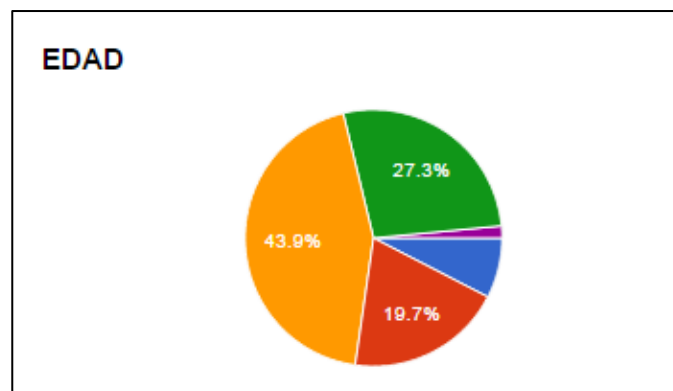
Pregunta N. 1

Masculino	138	34.8%
Femenino	258	65,2%



Pregunta N.2

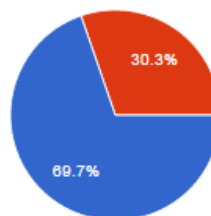
Menor de 18 años	30	7,67%
18 a 25 años	78	19,7%
25 a 40 años	174	43,9%
40 a 60 años	108	27,3%
Mayor a 60 años	6	1,5%



Pregunta N. 3

Si	276	69,7%
No	120	30,3%

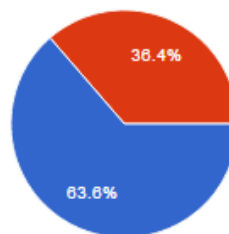
Visitaria una tienda de café donde el ambiente incluye la tenencia de gatos de compañía del establecimiento?



Pregunta N. 4

Si	210	63,6%
No	120	34,6%

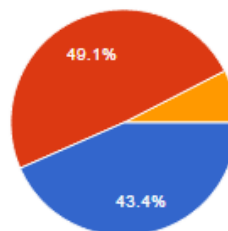
Consumiría alimentos con gatos a su alrededor o sobre su regazo?



Pregunta N. 5

Menos de 1 Hora	138	43,4%
1 a 2 Horas	156	49,1%
2 a 3 Horas	24	7,5%
Hasta 4 Horas 0	0	0%

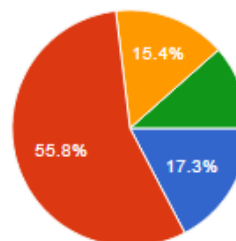
Cuanto tiempo considera suficiente para permanecer en la tienda café de gatos para relajarse y relacionarse con los felinos?



Pregunta N. 6

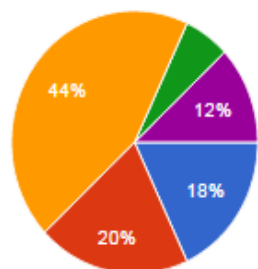
1 Vez por Semana	54	17,3%
1 Vez por Mes	174	55,8%
1 Vez por Semestre	48	15,4%
1 Vez por Año	36	11,5%

Con que regularidad visitaría la tienda café de gatos?



Pregunta N. 7

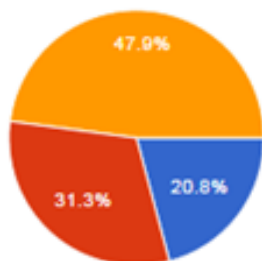
Qué tipo de actividades esperaría encontrar en la tienda café de gatos?



Conferencias Periódicas sobre gatos, su tenencia, Comportamiento, Psicología e interacción con los humanos	54	18%
Tienda de Animalitos con accesorios para gatos	60	20%
Programas de Adopción	132	44%
Spa para gatos y Hotel	18	6%
Club de lectura Felino y programas para niños	36	12%

Pregunta N. 8

Cuál de los siguientes tipos de gatos le gustaría encontrar en la tienda de café?

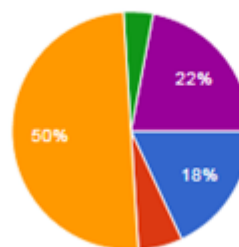


Gatos de Raza	60	20,8%
Razas exóticas	90	31,3%
Gatos para Adopción	138	47,9%

Pregunta N. 9

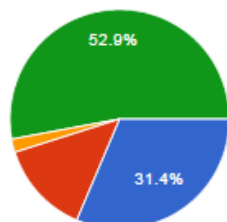
Candelaria	9	18%
Chico	3	6%
Usaquén	25	50%
Calera	2	4%
Salitre	11	22%

En qué lugar de la ciudad preferiría visitar el café de gatos?



Pregunta N. 10

Que tarifa por hora considera adecuada para disfrutar del espacio y actividades que ofrece la tienda de café de gatos?



\$10,000 Pesos	96	31,4%
\$20,000 Pesos	42	13,7%
\$30,000 Pesos	6	2%
Preferiría no pagar por el ingreso y pagar por el consumo	162	52,9%

Capítulo 7. Plan de Mercadeo

7.1. Objetivos

General

Establecer las estrategias comerciales con base al análisis de las encuestas y los resultados de tiendas de cafés similares en otros países.

Específicos

- Definir la tendencia del mercado con base en el resultado de la encuesta.
- Realizar un análisis DOFA de tiendas de Café de gatos de otros países como referente.
- Trazar las estrategias de la mezcla de mercado, Producto, Precio, Plaza y Promoción.

7.2. Análisis de resultados de la encuesta

La encuesta se diseñó con el fin de conocer las expectativas, gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad de Bogotá, hombres y mujeres en edades 18 a 85 años en estratos 4,5 y 6 por lo cual la encuesta se manejó por redes sociales y encuestas directas; una vez tabulados los resultados (numeral 6,7) se evidencian las siguientes tendencias:

➤ Consumidor Objetivo (preguntas 1 a 4)

La tendencia a responder la encuesta una vez conocido el tipo de establecimiento, es decir, tienda de café con gatos como animales de compañía se concentra en mujeres adultas 65,2% en edades entre los 25 y 40 años 43,9%. Se encuentra una aceptación del concepto de tienda de café de gatos del 69,7% y del 63,6% a consumir alimentos con gatos a su alrededor; por lo cual se puede esperar tener un área del Café separada de los gatos para ofrecer alimentos como opción ó únicamente ofrecer productos que no atraigan a los animales mientras las personas se alimentan, sin embargo los gatos son animales curiosos que estarán todo el tiempo alrededor de las personas y se perdería el concepto de tienda de café de gatos si se les aísla. Teniendo en cuenta que la aceptación es mayor al 60% se considera viable el concepto original de la tienda café de gatos, previa revisión de los aspectos legales locales.

➤ Regularidad de visitas a la tienda por el consumidor (preguntas 5, 6 y 10)

43,4% de los encuestados consideran suficiente su visita al establecimiento por menos de una hora, así como el 49,1% esperan permanecer entre 1 y 2 horas. Este resultado también permite evaluar la posibilidad de no establecer una tarifa de ingreso y solo de consumo ya que las personas no esperan permanecer largas horas en la tienda. Estos resultados resultan congruentes con el resultado de la pregunta 10 con relación a la preferencia de pagar una tarifa de ingreso o el pagar alimentos y bebidas, debido a que el 52,9% de los encuestados prefieren pagar por los consumos realizados razón por la cual, se debe una estrategia comercial que atraiga y convenga a los clientes a realizar un pago por ingreso. Con relación a la regularidad de las visitas el 17,3% consideran visitas semanales y el 55,8% visitas mensuales, se debe establecer estrategias para asegurar las visitas regulares a la tienda.

➤ Estrategias de penetración del mercado (preguntas 7 y 8)

Es satisfactorio encontrar de forma tan clara la estrategia para la penetración en el mercado de la tienda de café; es contundente que la tienda de gatos debe tener un contenido alto de responsabilidad social con programas de adopción de gatos, refugio y protección del animal de la calle. Será de gran utilidad buscar patrocinio en fundaciones para animales y compañías productoras de alimentos, arena y accesorios para gatos. Los resultados así lo demuestran, a la pregunta del tipo de actividades que se esperan en la tienda de café el 44% de los encuestados espera encontrar programas de adopción y un 20% venta de accesorios para gatos que puede incluir también mercancías para los visitantes con la temática del lugar. De igual forma el tipo de gato que esperan encontrar los encuestados en la tienda con 47,9% son gatos para adopción; con base en estos resultados se pueden derivar todo tipo de estrategias para recibir constantemente visitantes a la tienda de café. De otro lado el tener razas exóticas puede ser otra fuente de ingreso para la tienda con una estrategia de venta de este tipo de animales con algún acuerdo comercial con criaderos expertos.

➤ Preferencia de la Ubicación de la Tienda Café de Gatos (pregunta 9)

Los encuestados tuvieron 3 lugares de preferencia en su orden Usaquen 50%, Ciudad Salitre 22% y La Candelaria 18%. Con base a estos resultados se realizara el estudio técnico ubicando la Tienda de Café de Gatos “Gaturno” en la ciudad de Bogotá en la zona de Usaquen.

7.3. Análisis Situacional del Mercado

Este ejercicio permitirá detectar cuales son las oportunidades y fortalezas que han desarrollado los cafés de gatos a nivel internacional así como las debilidades y amenazas que han tenido que sortear para hacer sus negocios exitosos.

Las tiendas de café que se analizaran como referencia son:

La Gatoteca – Madrid
Café des Chats – Paris
Lady Dinah’s Cat – Londres
La Gatería – México
Cat Café – Tokio

En Bogotá existe una tienda Shop de gatos “Michos Toys” sin embargo el concepto aunque es similar no es lo que busca el estilo de tienda café “Gaturno” ya que el espacio para estar con los gatos es reducido y el negocio está concentrado en el almacén de comida y accesorios, sin embargo para efectos de este estudio será analizada. Así mismo se analizará el hotel La gatería en Bogotá, en ambos establecimientos se hará una visita personal.

La inclusión del café en distintas ocasiones de consumo y el incremento de presentaciones del producto han dinamizado la categoría en Colombia. El auge de productos premium y de novedosas líneas de producto ha configurado un escenario rico para que las marcas entren a invertir en este sector e incrementen la inversión publicitaria. La tienda café de gatos combinan dos escenarios: el primero las bebidas, que incluye las preparaciones de café de alta calidad, bebidas no alcohólicas a bases de té, jugos y gaseosas todos en empaques cerrados atendiendo los requisitos mínimo de la Secretaria de Salud de Bogotá.

El segundo escenario es el espacio para compartir con los animales el cual es diseñado para dar comodidad al visitante y a los animales. Los clientes de la tienda tendrán la oportunidad de compartir el espacio e interactuar con los felinos teniendo entonces un espacio de esparcimiento. Estos escenarios tendrán adicionalmente espacios culturales para aprender de los gatos, tienda de accesorios y programas de adopción que atraigan a los clientes desarrollando todo tipo de actividades lúdicas, terapéuticas y educativas.

7.3.1. Cafés de gatos a nivel internacional

La Gatoteca – Madrid, España

Se definen como un club del gato, actúan como una fundación que se apoya en actividades educativas, terapéuticas y lúdicas para su sostenimiento; cuentan con un espacio comercial con productos y artesanías para gatos, el servicio que más se destaca es el café de gatos de donde los clientes toman café, té o alguna bebida, acarician y juegan con la colonia de gatos y pueden hacer donaciones, tramitar una adopción o simplemente desestresarse de las actividades diarias.

En el café de gatos La Gatoteca lo importante son los gatos y por esto cobran el tiempo de estancia con ellos, la primera bebida se incluye en la tarifa, las siguientes se deben adquirir en una zona autoservicio cero alcohol. Invitan a los clientes a ser socios para tener beneficios y descuentos. Las tarifas que cuentan son ½ Hora 4 euros, 1 hora 6 Euros y en adelante se cobra por minutos 50% de descuento adulto mayor y discapacitados.

Analizando los comentarios en la red social facebook de los visitantes se puede concluir lo positivo y negativo del lugar de acuerdo a la percepción de los clientes.

Positivo

- ✓ Lo Novedoso del sitio, hacen sentir al cliente en un hogar
- ✓ La variedad de bebidas
- ✓ La conexión emocional que los visitantes hacen con los gatos

Negativo

- Mucha gente concentrada en una sola parte de la casa
- Los gatos parecían agotados, los clientes sentían que los molestaban
- Los gatos se están solo en una parte de la casa, no se les puede obligar a permanecer cerca de los visitantes o a que interactúen

Café des Chats – Paris

Este Café concentra su atención al cliente y no al gato, es un salón de té y restaurante, 12 gatos que se encuentran en libertad de caminar por todo el lugar, fueron traídos de centros de rehabilitación y parte de las ganancias se donan a fundaciones de protección felina. Los gatos no están disponibles para adopción y no prestan este servicio.

Dentro de las normas del restaurante solicitan no alimentar ni despertar a un gato dormido, tampoco se deben forzar a quedarse en el regazo o en brazos, fotos pueden ser tomadas sin flash. Ofrecen todo tipo de bebidas y platos fuertes, no hay un cobro a la entrada todo es por consumos.

Los gatos fueron seleccionados por su carácter, los cuales disfruten de la compañía humana, el bienestar de los gatos se diseñó con asesoría de veterinarios y organizaciones de protección animal.

Aspectos Positivos

- ✓ La comida que ofrecen es deliciosa
- ✓ El ambiente es original

Aspectos Negativos

- Hay gatos estresados por los niños y mujeres que quieren alzarlos y abrazarlos por lo que incluso en las redes sociales hablan de explotación animal
- No había información ni el ambiente hacía referencia a los gatos
- El local parecía pequeño para contener las personas y los animales
- Demoras en la atención y maltrato de los empleados
- Algunos visitantes detectaron malos olores a orín

Lady Dinah's Cat – Londres

El café se concentra en ofrecer un espacio de confort al visitante, en visitas limitadas a 90 minutos, buscando tener reuniones de amigos, tratar con calma y tranquilidad y buscar la interacción con los animales con un ritmo pausado hasta que el gato esté dispuesto a interactuar

Solo trabajan bajo la modalidad de reserva para evitar los visitantes se decepcionen, ofrecen diferentes tipos de bebidas y acompañamientos para el té o el café como croissants y preparaciones vegetarianas.

El lugar está abierto de 10 am a 5 pm y en la noche un día a la semana, por ahora cuentan con doce gatos en un establecimiento de dos pisos. Los gatos están en su ambiente natural no les restringen la comida como en otros cafés en el mundo para que estén atentos a los visitantes y den caricias por comida. El gato está en libertad de acercarse y relacionarse o no con el visitante. Cobran una tarifa de 6 Libras esterlinas más consumos.

A través de redes sociales los aspectos positivos y negativos que observaron los clientes.

Positivo

- ✓ Los gatos se muestran relajados y los empleados tienen una excelente relación con ellos
- ✓ Amabilidad y cordialidad de los empleados
- ✓ Comida deliciosa

Negativo

- Servicio lento de las comidas
- Muy pocos gatos
- Mucho tiempo esperando por la reserva

La Gatería – México

Inspirados en los cat cafés japoneses, inauguraron el primer cat café de Latinoamérica, las personas amantes de los gatos pueden comer algo ligero con la compañía de los felinos. Los gatos son adultos, proceden de refugios acreditados, están sanos y esterilizados y tienen la posibilidad de ser adoptados.

El menú del cat café es vegetariano y usa ingredientes de alta calidad, locales y orgánicos en su mayoría como té, smoothies, cafés, paninis, pastas, cupcakes, ensaladas y postres. El diseño de interiores está pensado en el bienestar y felicidad de mininos y humanos y ocupa muebles vintage y decoración gatuna en un ambiente cozy. Los horarios son : de martes a domingo de 12 a 8 y Familias con niños: sábados y domingos de 12 a 2. Cuentan también con una tienda de accesorios y una tienda online.

Los aspectos positivos y negativos expresados en redes sociales

Positivo

- ✓ Decoración agradable y lugar limpio
- ✓ Animales dispuestos a interactuar
- ✓ Comida deliciosa

Negativo

- Algunos empleados no tratan con amabilidad a los clientes, estos quieren interactuar con los gatos y se les explica de forma displicente como no interactuar con el animal
- Larga fila de espera para obtener ingreso al café
- Espacio reducido para la cantidad de personas que lo visitan

Cat Café – Tokio

La idea de los cafés de gatos surge en Japón dado que sostener una mascota en este país es muy costoso y el espacio es muy limitado para tenerlas en casa. Los cafés son pensados en el bienestar del gato, ya que si ellos están en un ambiente confortable estarán dispuestos a interactuar y jugar con los visitantes del lugar. El café se toma de máquinas dispensadoras y la tarifa que se paga no es por consumo es una tarifa por hora cercana a los 1000 jens. El horario

puede variar de 10 am a 10 pm, se pueden pagar hasta 4 horas seguidas. Tienen estrictas normas de aseo como usar pantuflas desechables y el lavado de manos antes de ingresar. Cuentan con cerca de 20 gatos, los visitantes acceden también a libros y revistas.

Dentro de los alimentos de las máquinas dispensadoras hay té, café, gaseosas. Los muebles son muy cómodos y se permite darles snacks a los animales. Todos los espacios son creados para la comodidad de los gatos y hay guías que explican a los visitantes como buscar la atención de los gatos y como jugar con ellos.

Aspectos Positivos

Los empleados aman a los gatos y son unos guías sobre el comportamiento de estos animales, son educadores.

Los lugares son limpios

Aspectos negativos

Las reservas toman incluso meses, sin embargo hay más de 20 de estos cafés en Tokyo

El ingreso es costoso, una hora cuesta cerca de 30,000 pesos colombianos y tiene derecho a una bebida.

7.3.2. Competencia a nivel local

En Bogotá se concentran diversas fundaciones pro ayuda a gatos desprotegidos y abandonados, algunas de las cuales se apoyan económicamente con aportes monetarios de personas y empresas que ayudan a las causas de defensa de animales y algunas otras como la Fundacion El Gatio cuentan con el Hotel La Gateria en Bogotá quienes presentan servicios de albergue para gatos cuyos dueños requieran el servicio. Dentro de la página en internet hablan de café de gatos sin embargo en visita al establecimiento se pudo constatar que hay un espacio para compartir con los animales y le permite al visitante escoger la mascota que desean adoptar y prestan el servicio de hotel y un servicio llamado La Gatioteca donde las personas pueden

permanecer un tiempo con los gatos mientras leen o trabajan en su computador, es también pensado para educar a niños y tenedores de gatos sobre comportamiento animal y reglas de convivencia en un espacio reducido. Sin embargo no es un Café de Gatos.

Michos Toys es principalmente un almacén de alimentos, arena y accesorios para gatos y también ofrecen productos para las personas amantes de estos animales, como elementos de decoración, ropa y accesorios. Cuentan con un Hotel para gatos y un área para adopción de felinos; con respecto al café de gatos que mencionan en su página de internet hace referencia a que quienes realizan compras en el establecimiento les permiten tomar de una máquina expendedora de bebidas calientes, una taza de café o aromática y a la entrada del lugar hay una pequeña área donde pueden sentarse a beber esta bebida gratis y cuentan con 4 a 5 gatos que pasean por todo el lugar. Michos Toys es el único establecimiento en Bogotá que se vende con un concepto similar al proyecto Café Gaturno, sin embargo no es un Café de Gatos.

7.3.3. Requisitos mínimos de la Secretaria de Salud para la tenencia de mascotas en sitios públicos

Se debe presentar un plan de saneamiento ambiental ante la secretaria de salud que incluya el programa de desparasitación, vacunación, cuidados veterinarios de los felinos, en ninguna caso se podrán ofrecer productos preparados en el establecimiento en el área de permanencia de los animales, solo se permitiría la venta de bebidas selladas. El establecimiento debe contar con todas las medidas higiénicas, cuidado y atención que garanticen el bienestar de los animales. Actualmente las disposiciones de tenencia de animales en espacios públicos están en revisión y se requiere un permiso especial de funcionamiento luego de las visitas de verificación de personal idóneo de la entidad.

A continuación se hace referencia a diversos artículos del PROYECTO DE ACUERDO 292 DE 2010 "Por medio del cual se regula la tenencia y comercialización responsable de caninos y felinos en el distrito capital y se dictan otras disposiciones" (Régimen Legal de Bogotá D.C. Propiedad de la Secretaria General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. proyecto de Acuerdo 292 de 2010 Concejo de Bogotá En concordancia con la Constitución Política de Colombia, la

Ley 9 de 1979, Ley 84 de 1989, Ley 746 de 2002, Decreto Nacional 2257 de 1986, Acuerdo 79 de 2003 y en uso de sus facultades legales y en especial las conferidas por el Decreto Ley 1421 de 1993)

Del Capítulo 3. 3.4. CONDICIONES HIGIÉNICO SANITARIAS.

La finalidad con respecto a las condiciones higiénico sanitaria, es que los propietarios, tenedores o comerciantes, mantengan a los caninos y felinos en adecuadas condiciones, y con los cuidados y atenciones necesarias para satisfacer las necesidades fisiológicas, nutricionales y de bienestar, de acuerdo a la raza.

Muchos propietarios o tenedores de caninos y felinos no se preocupan por vacunarlos y desparasitarlos, e incluso cuando los animales se encuentran enfermos no los llevan al control correspondiente, sino que dejan que la enfermedad avance, lo que puede ocasionar la muerte del animal, y un problema de salud pública.

Asimismo, no se puede desconocer que algunos propietarios y/o tenedores de caninos y felinos, no brindan un alojamiento adecuado a los animales, desconociendo las condiciones higiénicas sanitarias, sin tener en cuenta que pueden producir una situación de peligro o incomodidad para los vecinos u otras personas en general.

Artículo 5.

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

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

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

*** Decreto 2257 de 1986**

Por el cual se reglamentan parcialmente los títulos VII y XI de la ley 09 de 1979, en cuanto a investigación, prevención y control de la zoonosis.

Artículo 31.

MEDIDAS PARA PERSONAS QUE TRABAJAN EN MANEJO DE ANIMALES. Las personas que trabajen en explotaciones pecuarias, criaderos de animales y cualesquiera otro tipo de establecimientos o actividades en donde haya manejo de animales, deberán estar dotados de equipo adecuado para su protección y someterse a pruebas, exámenes y vacunación, según el

riesgo sanitario a que estén expuestas, de acuerdo con las clasificaciones específicas que para el efecto señale el Ministerio de Salud en coordinación con el Ministerio de Agricultura.

7.4. Análisis DOFA para la creación de un café de gatos en Bogotá

DEBILIDADES
Se requerirá de un conocimiento importante en el comportamiento de los animales para seleccionar el grupo de gatos con el comportamiento ideal para relacionarse con los clientes
El diseño del establecimiento tiene que ser confortable para los clientes y para los animales
El desconocimiento de los clientes sobre cómo abordar a los animales
Los servicios que debe prestar el Café de gatos para ser una idea de negocio rentable
OPORTUNIDADES
Adaptar al mercado colombiano los cafés de gatos que han sido un éxito alrededor del mundo
Incluir todo tipo de actividades y servicios relacionados a los gatos que den apoyo económico al Café de Gatos
Crear un ambiente diferente que logre los clientes visiten regularmente el establecimiento
FORTALEZAS
La gran cantidad de asociaciones sin ánimo de lucro, fabricantes y distribuidores de alimentos, fabricantes de accesorios con las cuales se puede conseguir alianzas estratégicas para la promoción del café de gatos.
La innovación que representa un ambiente diferente, instalado en una de las zonas exclusivas de la ciudad.
AMENAZAS
El marco legal que envuelve al proyecto en cuanto a la tenencia de animales en sitios públicos, así como la consecución de un permiso especial para incluir el consumo de bebidas en el establecimiento
El desconocimiento de establecimientos Café de Gatos en el País
La aceptación del público a pagar un valor de entrada al establecimiento

7.5. Estrategias del marketing Mix

7.5.1. Estrategia de Producto o servicio

Alcance del servicio

La Tienda de Café Gaturno ofrecerá a sus clientes la estadía en sus instalaciones para disfrutar un espacio de esparcimiento y tomar una bebida a base de café de las mejores variedades del mundo. Los principales servicios de la Tienda son:

- Servicio de café con gatos, donde el visitante podrá tomar un café, un té, un refresco o lo que desee al mismo tiempo que conocer razas exóticas de gatos propios de la tienda y los gatos que esperan un hogar. Los visitantes los pueden acaricia, jugar con ellos y, si surge el cariño entre un humano y un gato, puede tramitar una adopción, y así ayudar un nuevo felino.
- Desarrollo de actividades educativas, terapéuticas y lúdicas del mundo felino. Cursos y charlas para que las personas que tienen un gato en su casa aprendan cómo cuidarlo correctamente; también terapias para discapacitados y todo tipo de actividades de entretenimiento tales como yoga con gatos, talleres de manualidades, ferias... todas en torno a los gatos.
- También habrá un espacio comercial lleno de productos inspirados en los gatos para los visitantes, toda la temática es felina y dirigida a mujeres que son el cliente potencial.



Figura 1. Izquierda abajo Cat Café Madrid tomado de <http://bigotesdegato.com/desayuno-gatuno-gatoteca/> Derecha abajo. Cat Café en Taiwan tomado de <http://www.girabsas.com/nota/2015-10-21-el-boom-de-los-cat-cafes-se-expande-por-todo-el-mundo> © Copyright 2013-2016 Derecha arriba New York Cat Café Tomado de: <http://www.onenewspage.us/video/20130924/1766673/New-York-City-Gets-Cat-Cafe.htm> Derecha abajo Meow Parlou Tomado de: <http://inhabitat.com/nyc/meow-parlour-nycs-first-cat-cafe-set-to-open-next-month/> Foto Central Kitty Cat Café Tomado de: <http://www.kittycatcafe.ca/>

Esquema de la presentación del servicio

Encontraran inicialmente un espacio para dejar sus elementos personales y adquirir su bebida en las máquinas dispensadoras, en este primer espacio podrán adquirir ropa, accesorios y artículos de decoración así como el pase de ingreso.

Paso seguido podrán ingresar al área de los gatos y disfrutar de los diferentes ambientes, el salón de madera donde podrán interactuar con los felinos y los diferentes juguetes ahí disponibles, la sala de lectura donde encontraran todo tipo de literatura y aparatos electrónicos, cómodos sofás y hamacas para este salón pueden adquirir mantas similares a las que entregan en los aviones lo cual atraerá a los gatos a su regazo. El gato es un animal totalmente independiente y la experiencia de expertos en el tema felino indican que la cercanía de felinos minimiza los niveles de estrés de las personas; también se tendrá un salón de actividades especiales donde habrán diferentes talleres sobre comportamiento de los felinos, yoga, meditación, ferias temáticas, etc. El visitante conocerá acerca de Gatos Persas, Exóticos, Himalayos, Bengalies, Bosques de Noruega, Británicos, Chartreux, Cornish Rex, Havanas, Maine Coons, Sagrados de Birmania, Burmanos, entre otros y por gatos criollos. Por ultimo estará el hogar de adopción donde se dará cabida a animales en indefensión para que si cumplen los requisitos tanto la familia que desea adoptar como el felino, estos sean dados en adopción. Todos estos espacios tendrán el acompañamiento de dos auxiliares que estarán asesorando permanentemente a los visitantes para explicarles como interactuar correctamente con los gatos, un auxiliar atendiendo el ingreso y la tienda de detalles y el otro auxiliar con los gatos.

Como soporte habrá un espacio para que los gatos descansen y haya turnos para evitar que se estresen, allí se tendrá el soporte de un veterinario en fines de semana para verificar el estado

de los animales. Un requisito primordial para cumplir con los requerimientos de la secretaria de salud serán los procesos de limpieza del lugar por lo que se requerirá de forma permanente un aseo para todas las áreas; las bebidas de café y té deben contar con su tapa, las botellas de gaseosa y juegos deben permanecer con su tapa si no se están bebiendo, ninguna bebida debe ser servida en vidrio, únicamente cartón y plástico. Las normas de convivencia deben ser visibles al ingreso y dentro del espacio donde se encuentran los felinos.

El área del lugar debe ser mínimo de 170 m² a 200 m² para albergar 20 gatos y 30 personas en las diferentes áreas, en la zona de descanso de los animales no deben permanecer los visitantes. En la tienda de Café Gaturno el producto es el permanecer en el espacio con los animales ya que primera bebida está incluida, las demás deberán ser una compra adicional. La garantía es tener suficientes gatos para que todas las personas que ingresen tengan la oportunidad de interactuar con ellos.

7.5.2. Estrategia de Precio

Las fuentes de ingreso del establecimiento será, el ingreso a las instalaciones, las mercancías con la temática del lugar para la venta, las bebidas, el alquiler de mantas y tablets y por ultimo las actividades extras como conferencias y clase de yoga, etc

Horarios

De martes a domingo: Abierto desde las 11 am. Última visita todos los días a las 7:30pm. Cierre 9pm. Máximo de personas en cada hora 20.

Precios de Ingreso

Adultos / primera hora \$15,000 que incluye primera bebida, \$5000 hora adicional

Niños menores de 7 años \$5000 hasta dos horas

La primera bebida gratis (agua, jugo o gaseosa 150ml)

Precios de las bebidas – todas se deben entregar selladas solo con el orificio para beber por disposición de la secretaria de salud.

Los cafés serán calidad Juan Valdez y Oma, Té. Tamaño de los jugos y gaseosas 150 ml. Precios de acuerdo a las siguientes tarifas:



Cappuccino	\$2500
Cappuccino Moka	\$2500
Moka	\$2500
Cappuccino Vainilla	\$2500
Latte	\$2000
Latte Vainilla	\$2000
Americano	\$1500
Expreso	\$1000
Te limón	\$800

Figura 2. Café Oma Tomado de <http://www.cafeoma.com/category/barras-de-cafe/>

Agua, Jugo y gaseosa de marca referenciada Postobon y/o CocaCola \$1200 a \$2000 por unidad

Alquiler de Mantas y tablets

1 hora \$5000 por ambos artículos



Figura 3. Izquierda Ali Express Tomado de: <https://es.aliexpress.com/popular/crochet-bear-baby-blanket.html> Derecha Manta S.A. Tomado de: <http://www.manta.com.pl/en/mid705dc>

Merchadise – Precio promedio \$30,000

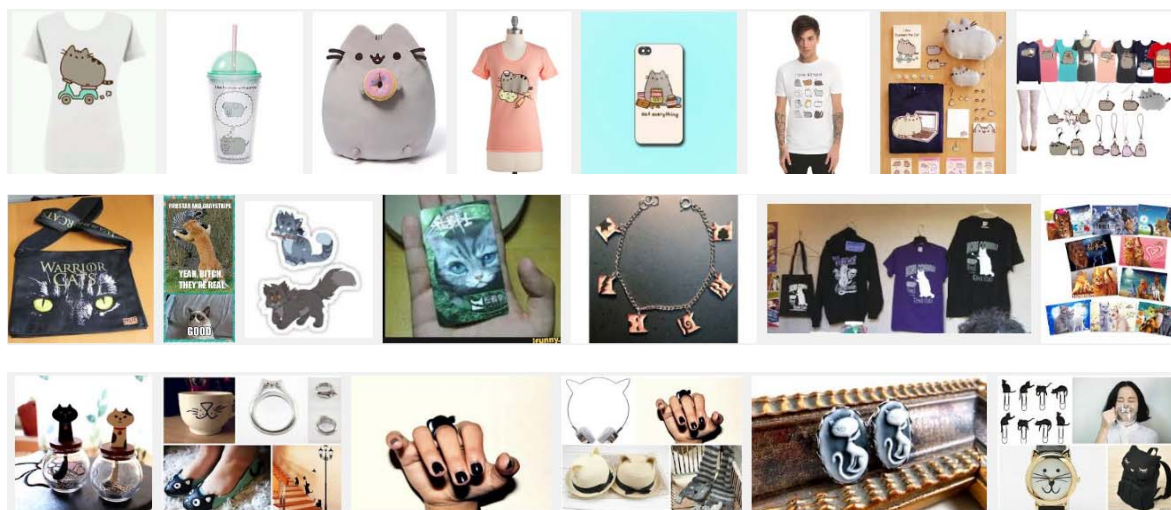


Figura 4. Ebay Tomado de: <http://www.ebay.com/>

Conferencistas invitados, clases de yoga especiales, eventos (días temáticos)



Figura 5. Izquierda Revista Jet Set Tomado de: <http://www.ebay.com/> Derecha Infobae Tomado de: <http://www.infobae.com/2016/04/09/1803053-yoga-gatos-la-novedosa-manera-entrenar-y-combatir-el-estres/>



Figura 6. Izquierda Can Stock Photo Tomado de: <http://www.canstockphoto.es> Centro Imágenes de amor Tomado de <http://www.imagenesdeamor.name/wp-content/uploads/2012/09/> Derecho Gattitho tomado de: <http://victordzul.blogspot.com.co/2010/12/te-quiero-mi-gatita.html>

7.5.3. Estrategia de Plaza

El establecimiento se ubicara de acuerdo al estudio de mercado en la zona de Usaquéen la cual Limita al norte, por la calle 240, con el municipio de Chía en el departamento de Cundinamarca, por el sur con la calle 100 en la localidad de Chapinero, por el este con los cerros Orientales que lo separan del municipio de La Calera, y por el oeste con la Autopista Norte, la tienda puede estar ubicada dentro de un centro comercial o una casa en alquiler que cuente con dos plantas y que este ubicada en el sector comercial. Allí, predomina el estrato 5 y 6 (socio-económico alto).

7.5.4. Estrategia de Promoción

La tienda debe ser diseñada de tal forma que sea visible la actividad interna hacia el exterior es decir deben haber ventanales en vidrio que permitan ver parte del ambiente interno. Se soportara el canal de promoción principalmente a través de redes sociales, los proveedores, criaderos y las ONGs que puedan apoyar el programa de adopción.

Se desarrollaran programaciones mensuales para mantener el interés del público en general, se deberá participar en eventos felinos como exposiciones nacionales e internacionales organizadas por Universidades, clubes felinos y Corferias con sus eventos Expogatos y feria de las colonias.

El principal atractivo del café serán los gatos dentro de los cuales se incluirán una gran variedad de gatos exóticos y gatos domésticos en proporción 2 a 1, los cuales tomaran turnos para darle dinamismo al espacio y permitirles descansar en el día. De acuerdo a la personalidad del gato interactúan en mayor o menor proporción con las personas.

“Las principales razas y sus características se detallan a continuación” (recuperado el 30 de junio de http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html), de acuerdo a las cuales se escogerán los gatos para la tienda.

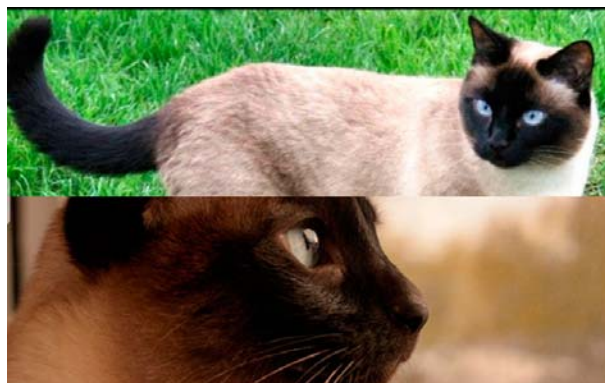


Figura 7. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato siamés

Originarios de Tailandia, tienen un cuerpo largo y esbelto con una larga cola y una cabeza proporcionada con unos ojos que siempre son azules. Su pelo es corto y muy suave. Los siameses poseen una gran personalidad y les gusta sentirse parte de la familia. Son celosos y exigentes y tienen un maullido ronco característico de esta raza. El siamés es una raza que se relaciona con la elegancia y la intriga. No se trata de una raza cualquiera y los dueños suelen estar orgullosos de su mascota.



Figura 8. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato de angora

Atlético, fiel, inteligente y cariñoso. El gato de angora es de tamaño entre pequeño y mediano con un pelo semi largo que puede ser de diferentes tonalidades pero siempre suave. Posee un cuerpo esbelto y musculoso. Tiene grandes orejas y sus ojos también son grandes. El gato de Angora proporciona equilibrio y ligereza. Le resulta insoportable sentirse encerrado en una jaula y posee un carácter fuerte.



Figura 9. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato Persa

Si por algo se caracteriza el gato persa es por tener una cara ancha y plana con orejas redondas y pelo largo. Su cuerpo es compacto con unas extremidades cortas y musculosas. Su pelaje es abundante y sedoso. Tiene un carácter afable, tranquilo y no le gusta cazar. Se trata de un animal perezoso.



Figura 10. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato azul

De tamaño mediano, su hermoso pelaje, sus ojos verdes y su elegante caminar son sus mejores atributos. De tamaño medio y extremidades finas, su pelaje es corto, suave y de un color azul grisáceo con reflejos plateados. Su carácter es tranquilo y tímido y se muestra muy reservado con los desconocidos. Le gustan los ambientes tranquilos en los que haya poco ruido.



Figura 11. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato de bengala

El gato de bengala es de tamaño mediano y tiene una cabeza más larga que ancha. Sus ojos son de color amarillo y su cuerpo equilibrado. La característica principal de esta raza es su pelaje con grandes manchas que recuerdan a las de los felinos salvajes. Su carácter es activo y afectuoso y muy independiente. Es un gato muy curioso y necesitan espacios más amplios que gatos de otras razas.

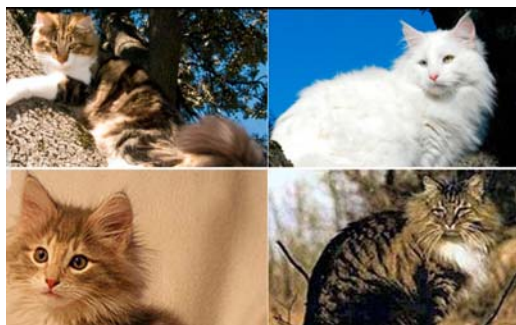


Figura 12. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato bosque de Noruega

Su aspecto recuerda a su entorno natural, los fríos bosques nórdicos. Su gran pelaje y su tamaño son su principal característica. También es musculoso y puede ser de diferentes tonalidades. Es el perfecto animal de compañía porque su carácter es muy sociable y comunicativo al que le gusta estar con otros gatos de su misma especie. Les gusta trepar por lo que es habitual encontrarlos en lugares altos desde donde pueden observar todo



Figura 13. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato sagrado de Birmania

Esta raza posee un carácter muy tranquilo y tolerante. Es de tamaño mediano con ojos grandes y almendrados en distintos tonos azules. Tiene un abundante pelaje en tonos claros. Le agrada vivir con niños y sobretodo con otros gatos de su misma especie. Son juguetones y se entretienen haciendo pequeñas acrobacias. También son muy inteligentes.



Figura 14. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato de bombay

De tamaño medio, posee una musculatura fuerte sin grasa. Tiene un pelaje negro, brillante, muy suave y su estructura es armoniosa. Sus ojos son muy expresivos y brillantes. Su carácter es sumamente afectuoso y muy poco activo, por lo que a veces se les ha llamado perezosos aunque también son juguetones. Esta raza es bastante voraz por lo que se recomienda esconder la comida para que no engorde demasiado.



Figura 15. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato Ragdoll

De aspecto fuerte, posee un pelaje semilargo, denso y suave. Su cabeza es ancha y sus ojos de diferentes azules. Es un excelente animal doméstico porque es muy sociable y apenas maulla. Es tan dócil que cuando se le coge en brazos se relaja tanto que de ahí su nombre 'Ragdoll' que significa muñeca de trapo.



Figura 16. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato british

Musculoso y de anchos hombros que denotan su especialidad cazadora. Siempre están dispuestos a dar un salto y para ser gatos tienen un tamaño considerable. Su pelaje puede presentar una variedad de colores desde blancos hasta chocolates y lilas. Su instinto cazador lo combina con un excelente humor y saber estar. Es independiente y reservado pero siempre vigilante, como buen cazador. Suele mantener una buena relación con los niños y también con los perros.



Figura 17. Revista Te Interesa Tomado de: http://www.teinteresa.es/tierra/razas-gatos-bonitas-mundo_5_1085341465.html

Gato Doméstico

El gato doméstico común, callejero, mestizo o criollo, proviene de sus ancestros egipcios. Deriva directamente del gato montés africano, llamado *Felix libyca*, y se supone que ha tenido también la inclusión de genes del gato de la jungla africana, el *Felix chaus*. Luego de que los griegos, fenicios y romanos llevaron los gatos egipcios a Europa, se cruzaron con el gato montés europeo, *Felix silvestris*, y con esto quedó conformado el gato común europeo, que luego fue traído a América por los conquistadores. En general, el gato criollo conserva, en parte,

características de gatos salvajes: es muy inteligente y tiene gran capacidad de adaptación a los cambios.

De acuerdo a las principales razas de gatos se seleccionaran 30 gatos en edades entre los 6 meses y el año, teniendo en cuenta su comportamiento como se describe a continuación:

- Gatos Domésticos 15 (posibles para adopción)
- Gato Siamés 5
- Gato Persa 3
- Gato Angora 3
- Gato Sagrado de Birmania 2
- Gato Bombay 2

7.6. Plan de negocio – Modelo de negocio Canvas

El reto a continuación es desarrollar el modelo de negocio para materializar la creación del café de gatos Gaturno en la ciudad de Bogotá, el modelo de negocio se basa en el lienzo o Canvas creado por A.Osterwalder y Y. Pingeur en 2011 expertos en innovación aplicada a los negocios. Este modelo Canvas va a cubrir nueve módulos básicos que cubrirán las cuatro principales áreas el cliente, la oferta, la infraestructura y la viabilidad económica. La herramienta que alimentan los diferentes módulos es el análisis DOFA, las estrategias de las 4Ps y el análisis de mercado presentado en este capítulo.

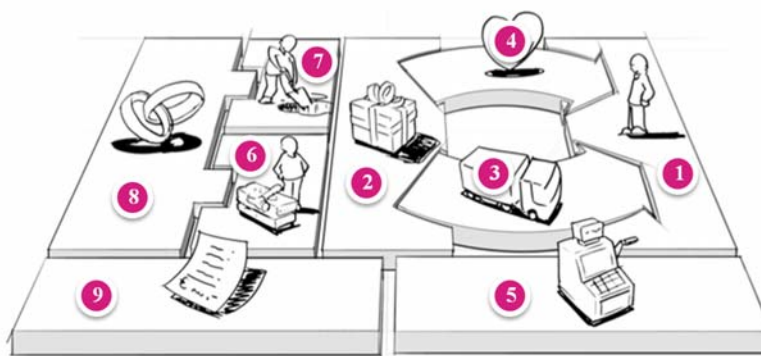


Grafico 3. Modelo de negocios Canvas de 9 módulos para plantear el plan de negocios

El modelo Canvas desarrollado consistió en conectar esquemáticamente nueve módulos para ayudar a desarrollar la estrategia del Café de Gatos Gaturno. A continuación se establece la forma en que se analizó cada módulo.

Módulos de generación de Valor

Módulo 1. Segmento del Mercado

El mercado que aplica al modelo de negocio es el mercado de masas es decir para público en general. Los clientes de la Tienda de Cafe Gaturno no tienen límite de edad, el segmento del mercado va enfocado a mujeres entre los 25 y 40 años de edad de estratos 4,5 y 6 que quieran tener un espacio de relajación y les agraden los animales en especial los gatos; sin embargo, el perfil del visitante es aquel que tiene un alto sentido por la protección de los animales, disfruta la compañía de ellos y quiera experimentar una experiencia diferente.

Módulo 2. Propuesta de Valor

Las ventajas en la propuesta de valor se han definido en valores cuantitativos con relación al precio y la posibilidad de acceder a diferentes actividades dentro de la tienda. También se han definido valores agregados cualitativos como serán el diseño del espacio que compartirán visitantes y gatos, el manejo de la novedad del sitio y la personalización de los espacios, los artículos para la venta y las actividades relacionadas. El factor diferenciador será la garantía de poder interactuar con varios animales durante la estadía.

El cliente recibirá como servicio un tiempo de esparcimiento, relajación, interacción con los gatos que se tendrán dentro del establecimiento, tendrá acceso a un espacio cómodo con muebles diseñados para tal fin, aparatos electrónicos y mantas si los desea utilizar, tendrá acceso a la venta de productos relacionado con estos animales y la temática del lugar como ropa, accesorios, artículos de decoración; podrá tener al alcance libros y revistas sin ningún costo. Los socios del club podrán atender todas las actividades mensuales programadas como asesorías de comportamiento animal, yoga, miniferias, celebrar días especiales, asistir a seminarios de expertos conferencistas.

El visitante no socio puede pagar un valor extra para asistir a estas actividades. Todos los usuarios pueden acceder al plan ayuda/adopta lo cual permitirá sostener animales en indefensión.

Módulo 3. Canales

Los canales son medios para dar conocer las propuestas de valor, ayudando a los clientes a evaluar las propuestas que se les ofrece y permitiéndoles comprar. Para el caso de estudio, el canal de venta es directo, los clientes deben llegar a la Tienda de Café Gaturno para

acceder al servicio. Canales de comunicación se deben abrir para dar a conocer la tienda, puede ser establecida en un lugar público donde pueda darse a conocer, buscar apoyo con ONGs y fundaciones que protejan a los animales, apoyarse del marketing digital, y publicidad en espacios como veterinarias, almacenes de alimento para animales y tiendas de mascotas.

Módulo 4. Relaciones con Clientes

La empresa debe tener claramente definida qué tipo de relación tiene y desea con cada segmento de mercado. Se pueden establecer varios tipos de relación con los clientes. Para el caso de la tienda de café, la asistencia es personal es decir, se basa en la interacción humana. El cliente puede comunicarse con un representante real del servicio.

Para los clientes se dispondrá de todo tipo de bebidas a base de café, té, jugos, gaseosas como autoservicio y son más un acompañamiento para disfrutar el espacio con los felinos; más que un café es un club de gatos donde el cliente es el invitado. Se va a requerir crear espacios lúdicos, actividades de relajación, de recreación para establecer una conexión del cliente con el establecimiento que le haga querer volver y quiera que otros compartan la experiencia.

Módulo 5. Fuentes de Ingreso

El flujo de caja que genera la tienda de café, el tipo de generación es la venta de activos, venta de un servicio y el acceso al servicio por suscripciones. Las fuentes que se han determinado son:

- Entrada por hora
- Ambiente familiar con disposición de sofás, mantas, libros y artículos electrónicos
- Mercancías

- Venta de bebidas
- Programa ayuda / Adopta
- Programas de fin de semana con actividades especiales

Módulos de eficiencia del negocio

Módulo 6. Recursos Claves

Los recursos para la creación de la Tienda de Café Gaturno se han determinado de 3 tipos: activos físicos, Recurso Humano y recurso económico.

Planta física con un espacio amplio preferiblemente dos pisos, suministro de medicinas, alimento y arena, maquinas autoservicio de café sellado y todo tipo de bebidas con tapa, artículos de moda y accesorios, equipo humano que incluya, un veterinario o servicios veterinarios, un administrador, uno o dos auxiliares de atención al felino y aseadora de forma permanente. Se requerirá de una inversión en dinero propio y/o mediante un préstamo. Se va a requerir contratación externa de asesores o establecer alianzas con proveedores para la prestación de actividades lúdicas para los visitantes y asesores en comportamiento animal.

Módulo 7. Actividades Claves

Las actividades clave que conducirán al éxito se han establecido definiendo cuales de ellas establecerán relaciones con los clientes y de las que si se realizan en forma exitosa finalmente se lograra la consecución de los ingresos esperados.

- Ubicar animales dóciles

- Escoger el establecimiento comercial adecuado
- Desarrollar un plan de mantenimiento del lugar
- Determinar horarios y precios,
- Diseñar un programa hazte socio
- Incluir un programa ayuda/adopta una mascota
- Definir las actividades lúdicas, educativas y terapéuticas que atraigan clientes
- Diseñar el interior del establecimiento creativamente
- Desarrollar actividades de marketing para la venta de accesorios para los visitantes.

Módulo 8. Alianzas

Se han establecido cuáles serán las alianzas claves que generaran la mayor contribución al éxito del negocio buscando la optimización de la relación cliente-proveedor, reduciendo los riesgos ya que se trata de un mercado incierto y buscando la inversión exacta de recursos. Entre las principales alianzas que se deben establecer se cuenta:

- Fabricantes de alimento, arena y elementos de aseo para gatos.
- Diseñadores de accesorios inspirados en gatos.
- Fabricantes alrededor del mundo de moda y accesorios para personas inspiradas en gatos.
- Fabricantes de muebles y espacios para gatos.
- Diseñadores de interiores para el espacio donde interactuaran hombre-gato.

- Servicios Médicos Veterinarios.
- ONGs dedicadas a los animales
- Criadores y expertos en comportamiento Animal.
- ADA Asociación Defensora de Animales
- Secretaria de Salud
- Suministradores de equipos de cafetería y máquinas dispensadoras
- Proveedores de insumos para alimentos y bebidas.
- Compañías de Servicios de lavandería y aseo
- Compañías de venta de artículos electrónicos como tablets y televisores.
- Conferencistas en comportamiento animal.

Módulo 9. Estructura de Costos

Este modelo permite conectar de forma esquemática la estrategia global de la empresa, la cual será aplicada a la estructura, procesos y sistemas de la tienda Café Gaturno.

Los costos más importantes son:

- Arriendo de la propiedad
- Alimento y limpieza de las mascotas y del establecimiento
- Salarios

- Compra de bebidas
- Inversión inicial creando el espacio interior
- Compra de aparatos electrónicos
- Impuestos
- Servicios públicos

CAPITULO 8. Estudio Financiero

8.1 Proyección de ventas

En Usaquén hay 418,792 habitantes de los cuales 54,6% son mujeres es decir 228,660 mujeres y las que comprenden edades entre 25 y 40 años el 16%, 36,585 potenciales visitantes para el Café, de acuerdo a la Estadística tomada de informe DANE Boletín Censo General 2005. Perfil Localidad Usaquén - Bogotá. La capacidad total en horas disponibles para la tienda café es de acuerdo a los horarios es de 48 horas semanales, 20 personas ingresando durante una hora en 48 semanas de operación anual. Son 46,080 horas de operación para la venta. Es decir se tendría la capacidad para recibir por lo menos la visita de una mujer por una hora que viva en el sector una vez al año. Si se tiene en cuenta la aceptación de acuerdo a la encuesta esta es alrededor del 70% es decir se tendría un mercado potencial de 25,609 visitantes que corresponde al 55% de la capacidad instalada.

Esta proyección no incluye la intensidad de visita de otros sectores de la ciudad que potencialmente podrían visitar la tienda de otros sectores con el poder adquisitivo necesario y

todo tipo de público incluyendo, hombre, adolescentes y niños. Este potencial lo reflejaremos como crecimiento en las ventas.

Tabla 1. Ingreso y ventas del primer año

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	QTY	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES	AÑO	CRECIMIENTO PORCENTUAL EN VTAS (CANTIDADES)			
					2017	2018	2019	2020
Horas de ingreso	25.600	\$ 15.000,00	\$ 384.000.000	68%	20%	20%	10%	10%
Bebidas gaseosas y cafes	7.680	\$ 1.200,00	\$ 9.216.000	2%	10%	10%	10%	10%
Mercancias	3.465	\$ 30.000,00	\$ 103.950.000	18%	30%	40%	20%	20%
Eventos y seminarios	1.920	\$ 30.000,00	\$ 57.600.000	10%	10%	20%	10%	10%
Alquiler mantas y electronicos	1.440	\$ 5.000,00	\$ 7.200.000	1%	10%	20%	10%	10%

Tabla 2. Costo de cada producto y servicio

NOMBRE DEL PRODUCTO SERVICIO	CANTIDADES	COSTO UNITARIO DEL PDTO O SERVICIO	COSTOS TOTALES	%
Horas de ingreso	25600	\$ 3.000,00	\$ 76.800.000	41%
Bebidas gaseosas y cafes	7680	\$ 1.000,00	\$ 7.680.000	4%
Mercancias	3465	\$ 20.000,00	\$ 69.300.000	37%
Eventos y seminarios	1920	\$ 15.000,00	\$ 28.800.000	16%
Alquiler mantas y electronicos	1440	\$ 2.000,00	\$ 2.880.000	2%
TOTAL			\$ 185.460.000	100%

Tabla 3. Información base para cálculo de proyecciones

AÑO BASE	2016			
NOMBRE DEL PROYECTO O EMPRESA:	Cal: de Gatos Gatuno			
AÑO	2017	2018	2019	2020
INFLACIÓN	3,0%	2,8%	2,7%	2,7%
IPP	3,4%	3,4%	3,4%	3,4%
TASA IMPTO RENTA	33,0%			

Tabla 4. Proyección de ventas y costos Anuales

PROYECCIONES					
AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS ANUALES	\$ 561.966.000,0	697.334.502	887.935.046	1.023.667.190	1.181.783.556
COSTOS ANUALES	\$ 185.460.000,0	\$ 233.214.564,0	\$ 307.733.460,8	\$ 363.959.359,8	\$ 431.268.249,0
MARGEN OPERATIVO	\$ 376.506.000,0	\$ 464.119.937,7	\$ 580.201.585,1	\$ 659.707.829,8	\$ 750.515.306,6

8.2 Inversión Inicial, nómina y gastos fijos del primer año

Tabla 5. Inversión inicial proyectada

RUBRO	DETALLE	INVERSIÓN
Terrenos	No hay compra solo arriendo	\$ -
Propiedad, Planta y Equipo	Animales de Raza	\$ 22.500.000,00
Muebles y Enceres	Incluye artículos de decoración y murales	\$ 18.305.000,00
Equipos de oficina	Computadores, impresoras	\$ 10.000.000,00
Equipo de transporte	No requerido	\$ -
Gastos de Puesta en marcha	Promoción, publicidad anuncios, redes sociales	\$ 5.000.000,00
TOTAL INVERSIONES	Millones de Pesos	\$ 55.805.000,00

Tabla 6. Nómina y Gastos fijos Año 1

NÓMINA	VALOR AÑO 1	GASTOS FIJOS:	VALOR AÑO 1
Administrativa	\$ 32.400.000,00	Arriendo local estrato 5	\$ 163.200.000,00
Ventas	\$ 18.000.000,00	Servicios Públicos estrato 5 luz, agua, gas	\$ 18.000.000,00
Producción	\$ 21.600.000,00	Telefonia Celular	\$ 1.200.000,00
Total Nómina	\$ 72.000.000,00	Servicios de Internet	\$ 600.000,00
La Nómina la constituyen: 1 Administrador, 1 aseadora, 2 Auxiliares, promotor de ventas. (tiempo completo por servicios)		Papelería	\$ 600.000,00
		Servicios de Seguridad	\$ 1.500.000,00
		Servicios de Aseo	\$ 1.200.000,00
PRESUPUESTO DEL MARKETING MIX	\$ 60.000.000,00	Servicios veterinarios para 30 gatos (seguro)	\$ 9.000.000,00
Administración de la página Web, Redes sociales Facebook, Twitter, marca registrada, gastos de representación. Publicidad exterior. Ferias y eventos		Contador	\$ 12.000.000,00
		Alimento, Arena, Medicinas	\$ 30.000.000,00
		TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 237.300.000,00

8.3 Inversión Total y Financiación

Tabla 7. Inversión total y Financiación requerida

INVERSIÓN TOTAL Y NECESIDADES DE FINANCIACIÓN	VALOR	
Total Inversión inicial o Nueva	\$ 55.805.000,00	
Inversión ya realizada por el Empresario	\$ -	
INVERSIONES FIJAS A FINANCIAR	MESES	VALOR
Costos operativos	6	\$ 92.730.000,00
Nóminas	6	\$ 36.000.000,00
Marketing MIX	6	\$ 30.000.000,00
Gastos Fijos	6	\$ 118.650.000,00
Total		\$ 277.380.000,00
Total Inversión en la Empresa		\$ 333.185.000,00
NECESIDADES DE CAPITAL DE TRABAJO		\$ 277.380.000,00
NECESIDADES DE INVERSIÓN FIJA		\$ 55.805.000,00
APORTE NUEVO A REALIZAR POR EL EMPRESARIO	Recursos propios	\$ 150.000.000,00
PRÉSTAMO A SOLICITAR	Bancos	\$ 183.185.000,00

Tabla 8. Amortización del crédito

TASA DE INT ANUAL CRÉDITO	PRESTAMO A SOLICITAR			
2,00%	CUOTA A PAGAR	ABONO A CAPITAL	INTERESES	SALDO DE LA DEUDA
AÑOS				
0				\$ 183.185.000,00
2016	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 183.185.000
2017	(\$ 59.729.892)	(\$ 56.611.759)	\$ 3.118.134	\$ 126.573.241
2018	(\$ 59.729.892)	(\$ 57.743.994)	\$ 1.985.898	\$ 68.829.248
2019	(\$ 59.729.892)	(\$ 58.898.874)	\$ 831.019	\$ 9.930.374
2020	(\$ 9.954.982)	(\$ 9.930.374)	\$ 24.608	\$ 0
PLAZO DEL PRÉSTAMO QUE DEBE APLICAR:	PARA CAPITAL DE TRABAJO E INV FIJAS		CUOTAS	43

8.4 Estados financieros

Los estados financieros se formulan con el apoyo de la secretaria de desarrollo económica de Bogotá y la universidad EAN mediante el modulo simulador de análisis financiero para modelo de negocio, desarrollado por el Magister Mauricio Reyes Giraldo Profesor de la Universidad EAN.

Tabla 9. Utilidad neta 5 primeros años proyectados

	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	\$ 561.966.000,0	\$ 697.334.501,7	\$ 887.935.045,9	\$ 1.023.667.189,6	\$ 1.181.783.555,6
COSTO VENTAS	\$ 185.460.000,0	\$ 233.214.564,0	\$ 307.733.460,8	\$ 363.959.359,8	\$ 431.268.249,0
UTILIDAD BRUTA	\$ 376.506.000,0	\$ 464.119.937,7	\$ 580.201.585,1	\$ 659.707.829,8	\$ 750.515.306,6
GASTOS ADTIVOS Y VTAS	\$ 72.000.000,0	\$ 74.124.000,0	\$ 76.214.296,8	\$ 78.272.082,8	\$ 80.385.429,0
OTROS GASTOS	\$ 60.000.000,0	\$ 62.040.000,0	\$ 64.149.360,0	\$ 66.330.438,2	\$ 68.585.673,1
GASTOS FIJOS DEL PERIODO	\$ 237.300.000,0	\$ 244.300.350,0	\$ 251.189.619,9	\$ 257.971.739,6	\$ 264.936.976,6
DEPRECIACIÓN	\$ 8.911.000,0	\$ 8.911.000,0	\$ 8.911.000,0	\$ 8.911.000,0	\$ 8.911.000,0
UTILIDAD OPERATIVA	\$ (1.705.000,0)	\$ 74.744.587,7	\$ 179.737.308,4	\$ 248.222.569,1	\$ 327.696.227,8
GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ 3.118.133,6	\$ 1.985.898,5	\$ 831.018,6	\$ 24.608,0
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	\$ (1.705.000,0)	\$ 71.626.454,1	\$ 177.751.410,0	\$ 247.391.550,5	\$ 327.671.619,8
IMPUESTOS	\$ -	\$ 23.636.729,8	\$ 58.657.965,3	\$ 81.639.211,7	\$ 108.131.634,5
UTILIDAD NETA	\$ (1.705.000,0)	\$ 47.989.724,2	\$ 119.093.444,7	\$ 165.752.338,9	\$ 219.539.985,3

Tabla 10. Balance 5 primeros años proyectados

	AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020
BALANCE						
ACTIVO						
CAJA/BANCOS	\$ 94.195.000,00	\$ 284.586.000,00	\$ 310.216.695,49	\$ 367.508.657,64	\$ 387.160.924,58	\$ 466.421.619,82
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FIJO DEPRECIABLE	\$ 55.805.000,00	\$ 55.805.000,00	\$ 55.805.000,00	\$ 55.805.000,00	\$ 55.805.000,00	\$ 55.805.000,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 8.911.000,00	\$ 17.822.000,00	\$ 26.733.000,00	\$ 35.644.000,00	\$ 44.555.000,00
ACTIVO FIJO NETO	\$ 55.805.000,00	\$ 46.894.000,00	\$ 37.983.000,00	\$ 29.072.000,00	\$ 20.161.000,00	\$ 11.250.000,00
TOTAL ACTIVO	\$ 150.000.000,00	\$ 331.480.000,00	\$ 348.199.695,49	\$ 396.580.657,64	\$ 407.321.924,58	\$ 477.671.619,82
PASIVO						
Impuestos X Pagar	0 \$	\$ -	\$ 23.636.729,8	\$ 58.657.965,3	\$ 81.639.211,7	\$ 108.131.634,5
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ 23.636.729,8	\$ 58.657.965,3	\$ 81.639.211,7	\$ 108.131.634,5
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ 183.185.000,00	\$ 126.573.241,42	\$ 68.829.247,67	\$ 9.930.374,04	\$ (0,00)
PASIVO	\$ -	\$ 183.185.000,00	\$ 150.209.971,26	\$ 127.487.212,96	\$ 91.569.585,72	\$ 108.131.634,54
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 150.000.000,00	\$ 150.000.000,00	\$ 150.000.000,00	\$ 150.000.000,00	\$ 150.000.000,00	\$ 150.000.000,00
Utilidades del Ejercicio	0 \$	\$ (1.705.000,0)	\$ 47.989.724,2	\$ 119.093.444,7	\$ 165.752.338,9	\$ 219.539.985,3
TOTAL PATRIMONIO	\$ 150.000.000,00	\$ 148.295.000,00	\$ 197.989.724,22	\$ 269.093.444,69	\$ 315.752.338,86	\$ 369.539.985,28
TOTAL PAS + PAT	\$ 150.000.000,00	\$ 331.480.000,00	\$ 348.199.695,49	\$ 396.580.657,64	\$ 407.321.924,58	\$ 477.671.619,82

Tabla 11. Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO:							
CAPITAL INVERTIDO							
	AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020	
Activos Corrientes	\$ 94.195.000	\$ 284.586.000	\$ 310.216.695	\$ 367.508.658	\$ 387.160.925	\$ 466.421.620	
Pasivos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ 23.636.730	\$ 58.657.965	\$ 81.639.212	\$ 108.131.635	
KTNO	\$ 94.195.000	\$ 284.586.000	\$ 286.579.966	\$ 308.850.692	\$ 305.521.713	\$ 358.289.985	
Activo Fijo Neto	\$ 55.805.000	\$ 46.894.000	\$ 37.983.000	\$ 29.072.000	\$ 20.161.000	\$ 11.250.000	
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 8.911.000	\$ 17.822.000	\$ 26.733.000	\$ 35.644.000	\$ 44.555.000	
Activo Fijo Bruto	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	
Total Capital Operativo Neto	\$ 150.000.000	\$ 331.480.000	\$ 324.562.966	\$ 337.922.692	\$ 325.682.713	\$ 369.539.985	
CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE							
EBIT	\$ -1.705.000,0	\$ 74.744.587,7	\$ 179.737.308,4	\$ 248.222.569,1	\$ 327.696.227,8		
Impuestos	\$ -562.650,0	\$ 24.665.713,9	\$ 59.313.311,8	\$ 81.913.447,8	\$ 108.139.755,2		
NOPLAT	\$ -1.142.350,0	\$ 50.078.873,8	\$ 120.423.996,7	\$ 166.309.121,3	\$ 219.556.472,6		
Inversión Neta	\$ 181.480.000,0	\$ -6.917.034,4	\$ 13.359.726,7	\$ -12.239.979,5	\$ 43.857.272,4		
Flujo de Caja Libre del período	\$ 180.337.650	\$ 43.161.839	\$ 133.783.723	\$ 154.069.142	\$ 263.413.745		

8.5 Evaluación Financiera y Punto de Equilibrio

Tabla 12. VPN y TIR

EVALUACIÓN FINANCIERA Y PUNTO DE EQUILIBRIO						
Tasa mínima de rentabilidad esperada por los emprendedores (TMR):	30,00%					
FLUJO DE CAJA DE PROYECTO	INVERSIÓN AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020
\$	-333.185.000	\$ 180.337.650	\$ 43.161.839	\$ 133.783.723	\$ 154.069.142	\$ 263.413.745
VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO =	\$ 12.968.083,72					
TASA INTERNA DE RETORNO =	32,43%					

La tasa mínima de rentabilidad se asume como el valor de tener dinero en una inversión de bajo riesgo como un CDT más el incremento de la inflación proyectada por 5 años.

“La tasa de interna de retorno es un mecanismo para evaluar la viabilidad del proyecto y tomar la decisión financiera más acertada. Los administradores prefieren tomar la decisión con base en la TIR y no el VPN del proyecto ya que este último no mide el valor invertido”. (Principios de Administración financiera, Lawrence j. Gitman. Pearson Educación. Decimoprimer Edición ,

2007). De acuerdo a los resultados la Tasa interna de retorno supera en 2 puntos la mínima requerida y el valor presente neto es superior a 0. Esto indica que el inversionista tendrá utilidades si invierte un aparte con su propio capital y otra acudiendo a un préstamo, si se reciben las entradas de dinero planteadas para el proyecto con base al análisis de mercado y la segmentación del mismo. Las estrategias del marketing MIX fueron expuestas en el capítulo 7, con base en estas y en el análisis financiero el inversionista puede tomar una decisión de inversión. La recomendación es invertir.(Ver Anexo 2)

Tabla 13. Punto de Equilibrio para el proyecto

PUNTO DE EQUILIBRIO					
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	PARTICIPACIÓN % EN VENTAS TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO	PTO EQUILIBRIO POR REFERENCIA DE PDTO O SERVICIO	
Horas de ingreso	\$ 12.000,00		68% \$ 8.199,78	21.700,45	UNIDADES
Bebidas gaseosas y cafes	\$ 200,00		2% \$ 3,28	520,81	UNIDADES
Mercancias	\$ 10.000,00		18% \$ 1.849,76	5.874,38	UNIDADES
Eventos y seminarios	\$ 15.000,00		10% \$ 1.537,46	3.255,07	UNIDADES
Alquiler mantas y electronicos	\$ 3.000,00		1% \$ 38,44	406,88	UNIDADES
				31.757,59	
TOTAL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PROMEDIO PONDERADO =			\$ 11.628,72		
PUNTO DE EQUILIBRIO = COSTOS Y GTOS FIJO/MCPP =				31.757,59	UNIDADES

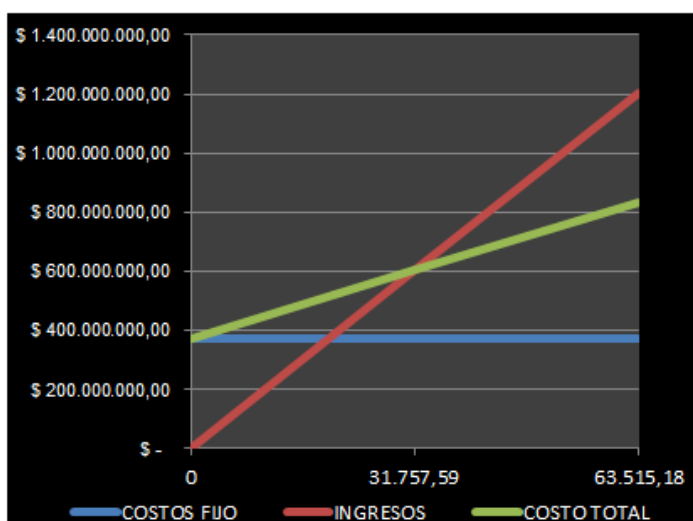


Grafico 4. Punto de Equilibrio

El número de horas de servicio para alcanzar el punto de equilibrio es cercano al 30% de la capacidad instalada, sin embargo dado que el margen de contribución de la venta de mercancías es alto 18% la promoción de los artículos de venta al público cobra relevancia en la mezcla del marketing MIX y será tenido en cuenta como una recomendación para el inversionista.

CAPITULO 9. Propuesta

9.1 Misión

La tienda de Café de Gatos “Gaturno” ofrece un servicio de entretenimiento y descanso a sus visitantes brindando la oportunidad de interactuar con gatos de raza y domésticos mientras disfruta de una bebida. A través de la tienda, gatos domésticos recuperados tendrán la oportunidad de tener un hogar adoptivo.

9.2 Visión

Ser el primer club de gatos en Colombia, posicionándonos como una tienda de café innovadora que ofrecerá a su visitantes una experiencia diferente al rodearse de gatos y ofrecer servicios acogedores en un ambiente familiar.

9.3 Logo



Figura 18. Kitty Cat Café Tomado de: <http://www.kittycatcafe.ca/>

9.4 Valor agregado

La tienda de Café Gaturno ubicada en Usaquén en la ciudad de Bogotá, garantiza que cada visitante tendrá acceso a interactuar con nuestros gatos, ya que contaremos con 20 gatos de compañía y 10 en descanso durante la jornada diaria. Los visitantes podrán acceder a recursos electrónicos, libros, revistas, mantas, muebles cómodos y ambiente familiar; suficientes juguetes

para interactuar con los animales y el acompañamiento de conocedores para brindarles información y guía durante su estadía.

Socios clave



Fabricantes de alimento, arena y elementos de aseo para gatos.
 Diseñadores de accesorios inspirados en gatos. Fabricantes alrededor del mundo de moda y accesorios para personas inspiradas en gatos.
 Fabricantes de muebles y espacios para gatos.
 Diseñadores de interiores para el espacio donde interactuaran hombre-gato.
 Servicios Médicos Veterinarios.
 ONGs dedicadas a los animales
 Criadores y expertos en comportamiento Animal.
 ADA Asociación Defensora de Animales
 Secretaria de Salud
 Suministradores de equipos de cafetería
 Proveedores de insumos para alimentos y bebidas.
 Compañías de Servicios de lavandería.
 Compañías de servicios de aseo.
 Compañías de venta de artículos electrónicos como tablets y televisores.
 Conferencistas.

Actividades clave



Ubicar animales dociles , escoger el establecimiento comercial adecuado, desarrollar un plan de mantenimiento del lugar, determinar horarios y precios, programa hasta socio, programa ayuda/adopta. Definir las actividades ludicas, educativas y terapeuticas que atraigan clientes. Diseñar el interior del establecimiento creativamente y desarrollar actividades de marketing para la venta de accesorios para los visitantes.

Recursos clave



Planta fisica con un espacio amplio preferiblemente dos pisos, proveedores de alimento y arena, maquinas autoservicio de todo tipo de bebidas, proveedores de moda y accesorios, equipo humano que incluya, veterinario, administrador, auxiliar de atencion al felino y aseo de forma permanente. Se requerir de una inversion en dinero propia y/ o mediante un prestamo. Se va a requerir contratacion externa de asesores en salud y comportamiento.

Propuesta de Valor



El cliente recibira como servicio un tiempo de esparcimiento, relajacion, interaccion con los gatos que se tendran dentro del establecimiento, tendra acceso a un espacio comodo con muebles diseñados para tal fin, aparatos electronicos y mantas si los desea utilizar, tendra acceso a la venta de productos relacionado con estos animales y la tematica del lugar como ropa, accesorios, articulos de decoracion; podra tener al alcance libros y revistas sin ningun costo.

Los socios del club podran atender todas las actividades mensuales programadas como asesorias de comprotameinto animal, yoga, mini ferias, celebrar dias especiales , asistir a seminarios de expertos conferencistas. El visitante no socio puede pagar un valor extra para asistir a estas actividades.

La tienda garantizara que hyan suficientes gatos para que los visitantes puedan tener contacto constante con ellos.

Relaciones con clientes



Para los clientes se dispondra de todo tipo de bebidas a base de cafe, te, jugos, gaseosas como autoservicio y son mas un acompañamiento para disfrutar el espacio con los felinos; mas que un cafe es un club de gatos donde el cliente es el invitado. Se va a requerir crear espacios ludicos, actividades de relajacion, de recreacion para establecer una conexión del cliente con el establecimiento que le haga querer volver y quiera que otros compartan la experiencia.

Canales



El canal de venta es directo, los clientes deben llegar a la tienda de cafe gaturno para acceder al servicio. Canales de comunicacion se deben abrir para dar a conocer la tienda, puede ser establecida en un lugar publico donde pueda darse a conocer, buscar apoyo con ONG y fundaciones que protejan a los animales, marketing digita, y publicidad en espacios como veterinarias, almacenes de alimento para animales.

Segmentos de cliente



Los clientes de la tienda de cafe gaturno no tienen limite de edad, el segmento del mercado va enfocado a las personas que quieran tener un espacio de relajacion y les agraden los animales en especial los gatos; el perfil del visitante es aquel que tiene un alto sentido por la proteccion de los animales, disfruta la compañía de ellos y quiera experimentar una experiencia diferente . El segmento estara enfocado a mujeres entre los 25 y 40 años de edad de estratos 4, 5 y 6 .

Considerando que el valor a pagar para ingresar al cafe mas que por la bebida es por compartir estos espacios creados con la inspiracion de estos animales, esta enfocado a un sector de la poblacion de estratos altos 4 en adelante.

Estructura de costos

Los costos mas importantes son:
 Arriendo de la propiedad
 Alimento y limpieza de las mascotas y del establecimiento
 Salarios
 compra de bebidas
 Inversion inicial crando el espacio interior
 Compra de aparatos electronicos
 impuestos
 servicios publicos



Fuentes de ingresos

Tarjetas de Socio
 Entrada por hora
 Venta de productos de bisuteria, accesorios, moda alusiva a los gatos, muebles pequeños y decoracion
 Venta de bebidas
 Alquiler aparatos electronicos y mantas
 Programa ayuda / Adopta
 Programas de fin de semana con actividades especiales



Conclusiones

El proyecto responde a la formulación del problema; si hay un nicho de mercado para implementar un café de gatos en la Ciudad de Bogotá. Ubicado en la localidad de Usaquén un establecimiento que cuente con un ambiente de relajación rodeado de gatos de raza y domésticos donde podrán disfrutar de una bebida mientras interactúan con los animales, será visitado principalmente por mujeres en edades entre 18 y 40 años con poder adquisitivo de estratos altos 4,5 y 6.

El producto a ofrecer a los visitantes es el ambiente del café de gatos, brindando un espacio de entretenimiento, conocimiento de los animales y su entorno, tomar una bebida a base de Café así como bebidas no alcohólicas y disfrutar la compañía de los animales. Es importante aclarar que aun cuando el nombre para identificar el sitio es la tienda de Café la promoción debe ser clara en el concepto ofrecido.

Se espera una tasa de retorno de inversión de 32% incluyendo un plan de financiación del 60% del proyecto el cual será cubierto en los primeros 4 años de operación.

Los ingresos del establecimiento provendrán de las entradas al lugar para lo cual se establece un precio por tiempo de permanencia, así como de la venta de bebidas, mercancías y actividades especiales.

La adopción de animales en estado de indefensión cumple el objetivo de responsabilidad social empresarial y a su vez es una estrategia de promoción del lugar.

Recomendaciones

Se debe tener especial cuidado con relación a los costos de reposición de muebles y enseres así como los costos relacionados al proceso de adopción, si bien no se espera un beneficio económico quien decida adoptar un gato de la tienda debe pagar como mínimo los costos de vacunación y esterilización los cuales pueden ser estandarizados o tener un acuerdo con alguna ONG que realiza esta gestión sin cobro.

Los servicios de aseo son de suma importancia ya que se debe evitar malos olores en el lugar y se deben atender todas las recomendaciones de la secretaria de salud de Bogotá con relación a la tenencia de animales en espacios cerrados.

Se evidencia en todas los cafés de gatos alrededor del mundo que el mercado objetivo son mujeres a través de las fotografías y comentarios en redes sociales, lo cual coincidió en el estudio de mercado y las encuestas realizadas, el cliente objetivo son mujeres en edad productiva y poder adquisitivo alto.

Bibliografía

Oliva Mendoza Barbosa (2010) Modulo Iniciativa y desarrollo Empresarial, UNAD Bogotá – Colombia

Malhotra (2010) Investigación de mercados: Un enfoque aplicado. Pearson Educación. México.

Lawrence J. Gitman, Pearson Addison Wesley, (2007) Principios de administración financiera, Decimoprimera edición

Webgrafía

Kotler on Marketing En Scribd Libros Recuperado de:

<https://es.scribd.com/book/224427144/Kotler-On-Marketing-How-To-Create-Win-and-Dominate-Markets>. Published By Free press on Sep 19, 1999

Innovation and Entrepreneur En Scribd Recuperado de:

<https://es.scribd.com/read/163653954/Innovation-and-Entrepreneurship>. Published By Harper Collins on March 17, 2009

Primer Café de Gatos en Chile en Veoverde Recuperado de:

<https://www.veoverde.com/2015/06/santiago-de-chile-tiene-el-primer-cafe-de-gatos-de-todo-sudamerica/> on July 17 2015

Hotel La gatería Recuperado de:

<http://www.lagateria.co/contacto.html> on July 30, 2015 Visita personal en Calle 152 # 7a - 03, Bogotá - Cundinamarca, Colombia Tel 4737963 lagateriacol@gmail.com

Almacén Michos Toys Recuperado de:

<http://www.civico.com/bogota/noticias/tomese-un-tintico-en-compania-de-gaticos-en-el-unico-cat-cafe-de-bogota>. Visita personal en Dirección: Michos Toys - Tienda para gatos en Carrera 7 B BIS #124-75, Bogotá, D.C.

Cat Café España La Gatería Recuperado de:

<http://www.lagateria.com/> July 30, 2015

Cat Café Paris Recuperado de:

<http://www.lecafedeschats.fr/reservation/> July 30, 2015

Cat Café Londres Recuperado de:

<http://www.ladydinahs.com/> July 30, 2015

Cat Café Japon Recuperado de:

<http://www.travelocafe.com/2013/05/visiting-cat-cafe-in-tokyo-japan.html> July 30,2015

Cat Café Japon Video Recuperado de:

https://www.youtube.com/watch?v=2_PTiL6Zwfo Agosto 15,2016

Innokabi (2015) Marketing online, Lean Startup y posicionamiento en Internet Recuperado de:

<http://innokabi.com/plan-de-empresa-basado-en-modelo-canvas-tutorial/> Octubre 2 de 2015

Alcaldía Mayor de Bogotá Recuperado de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=40621> Agosto 15,2016

Revista Girabsas recuperado de:

<http://www.girabsas.com/nota/2015-10-21-el-boom-de-los-cat-cafes-se-expande-por-todo-el-mundo> [figura]. © Copyright 2013-2016 Girabsas, Octubre 2 de 2016

Fundación en España Bigotes de Gato Recuperado De:

<http://bigotesdegato.com/desayuno-gatuno-gatoteca/> [figura] Cat Café Madrid, Octubre 2 de 2016

Anexo 1. Encuestas Café de Gatos



ENCUESTA: Tienda Café Gaturno

Los Cafés de gatos son espacios creados para que los visitantes disfruten de diversas variedades de café gourmet y bebidas en un ambiente cálido rodeado de gatos con muebles y murales especial para gatos en un ambiente relajado para los visitantes quienes pueden disfrutar de actividades como lectura, escuchar música, trabajar en sus aparatos electrónico, conversar, etc mientras interactúan con los animales.

***Obligatorio**

SEXO *

- Masculino
- Femenino

EDAD *

- Menor de 18 años
- 18 a 25 años
- 25 a 40 años
- 40 a 60 años
- Mayor de 60 años

Visitaría una tienda de café donde el ambiente incluye la tenencia de gatos de compañía del establecimiento? *

Si su respuesta es negativa por favor no continúe diligenciando la encuesta.

- Si
- No

Consumiría alimentos con gatos a su alrededor o sobre su regazo?

- Si
- No

Cuanto tiempo considera suficiente para permanecer en la tienda café de gatos para relajarse y relacionarse con los felinos?

- Menos de 1 Hora
- 1 a 2 Horas
- 2 a 3 Horas
- Hasta 4 Horas

Con que regularidad visitaría la tienda café de gatos?

- 1 vez por semana
- 1 vez por mes
- 1 vez por semestre
- 1 vez por año

Qué tipo de actividades esperaría encontrar en la tienda café de gatos?

- Conferencias periódicas sobre gatos, su tenencia, comportamiento, psicología e interacción con los humanos
- Tienda de animalitos con accesorios para gatos
- Programas de adopción
- Spa para gatos y servicios de hotel
- Club de lectura felino y actividades para niños

Cuál de los siguientes tipos de gatos le gustaría encontrar en la tienda de café?

- Gatos de Raza
- Razas Exóticas
- Gatos para Adopción

En qué lugar de la ciudad preferiría visitar el café de gatos?

- Candelaria
- Chico
- Usaquen
- Calera
- Salitre

Que tarifa por hora considera adecuada para disfrutar del espacio y actividades que ofrece la tienda de café de gatos?

- \$10,000 pesos
 - \$20,000 pesos
 - \$30,000 pesos
 - Preferiría no pagar por el ingreso y pagar por consumo
-

Anexo 2. Informes Financieros

INFORMES DE LA SIMULACIÓN FINANCIERA.



INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO

Nombre del proyecto:

Café de Gatos Gaturno

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	INGRESOS TOTALES
Horas de ingreso	25600	\$ 15.000	\$ 384.000.000
Bebidas gaseosas y cafes	7680	\$ 1.200	\$ 9.216.000
Mercancias	3465	\$ 30.000	\$ 103.950.000
Eventos y seminarios electronicos	1920	\$ 30.000	\$ 57.600.000
	1440	\$ 5.000	\$ 7.200.000
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
	TOTAL		\$ 561.966.000

COSTOS DE CADA PRODUCTO O SERVICIO

NOMBRE DEL PRODUCTO SERVICIO	CANTIDADES	COSTO UNITARIO DEL PDTO O SERVICIO	COSTOS TOTALES
Horas de ingreso	25600	\$ 3.000	\$ 76.800.000
Bebidas gaseosas y cafes	7680	\$ 1.000	\$ 7.680.000
Mercancias	3465	\$ 20.000	\$ 69.300.000
Eventos y seminarios	1920	\$ 15.000	\$ 28.800.000
Alquiler mantas y electronicos	1440	\$ 2.000	\$ 2.880.000
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
0	0	\$ -	\$ -
			\$ 185.460.000

INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO

PROYECCIONES

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS ANUALES	\$ 561.966.000	\$ 697.334.502	\$ 887.935.046	\$ 1.023.667.190	\$ 1.181.783.556
COSTOS ANUALES	\$ 185.460.000	\$ 233.214.564	\$ 307.733.461	\$ 363.959.360	\$ 431.268.249
MARGEN OPERATIVO	\$ 376.506.000	\$ 464.119.938	\$ 580.201.585	\$ 659.707.830	\$ 750.515.307

INFORMES DE LA SIMULACIÓN FINANCIERA.



BOGOTÁ SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO
HUMANAS Desarrollo Económico, Industria y Turismo



IDEI
Instituto de Emprendimiento,
Liderazgo e Innovación

INVERSIONES Y GASTOS DEL PERIODO

	INVERSIÓN
TERRENOS	\$ -
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 22.500.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 18.305.000,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 10.000.000,00
EQUIPO DE TRANSPORTE	\$ -
FRANQUICIAS	\$ -
PATENTES	\$ -
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 5.000.000,00
TOTAL INVERSIONES	\$ 55.805.000,00

NÓMINAS:

	VALOR AÑO 1
ADMINISTRATIVA:	32400000 0
VENTAS:	18000000 0
PRODUCCIÓN:	21600000
TOTAL NÓMINAS	72000000

PRESUPUESTO DEL MARKETING MIX 60000000

TOTAL INVERSIÓN INICIAL Ó NUEVA	\$ 55.805.000,00
INVERSIÓN YA REALIZADA POR EL EMPRESARIO	\$ -

FINANCIARÁ INV FIJAS?

SI

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO INICIAL

SI EL PRÉSTAMO A SOLICITAR SOLO ES PARA INVERSIONES FIJAS, ESTOS VALORES DEBEN SER CEROS

MESES VALOR

Café de Gatos Gaturno

VALOR INVERSIÓN YA REALIZADA EN EL NEGOCIO:

\$ -
GASTOS FIJOS:

	VALOR AÑO 1
ARRENDOS:	\$ 163.200.000,0
SERVICIOS PÚBLICOS:	\$ 18.000.000,0
TELEFONÍA CELULAR:	\$ 1.200.000,0
INTERNET:	\$ 600.000,0
PAPELERÍA:	\$ 600.000,0
SERVICIOS DE SEGURIDAD:	\$ 1.500.000,0
SERVICIOS DE ASEO:	\$ 1.200.000,0
SERVICIOS VETERINARIOS	\$ 9.000.000,0
CONTADOR	\$ 12.000.000,0
#REF!	#REF!
	\$ -
	\$ -
ALIMENTO, ARENA Y MEDICINAS	\$ 30.000.000,0
TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 237.300.000,00

INFORMES DE LA SIMULACIÓN FINANCIERA.

COSTOS			
OPERATIVOS	\$	6,00	\$ 92.730.000,00
NÓMINAS	\$	6,00	\$ 36.000.000,00
MARKETING MIX	\$	6,00	\$ 30.000.000,00
GASTOS FIJOS	\$	6,00	\$ 118.650.000,00
TOTAL	\$	-	\$ 277.380.000,00

Calculo del Prestamo a Solicitar

TOTAL INVERSIÓN EN LA EMPRESA	\$	333.185.000,00
NECESIDADES DE CAPITAL DE TRABAJO	\$	277.380.000,00
NECESIDADES DE INVERSIÓN FIJA	\$	55.805.000,00
	\$	-
APORTE YA REALIZADO POR EL EMPRESARIO	\$	-
APORTE NUEVO A REALIZAR POR EL EMPRESARIO	\$	-
PRÉSTAMO A SOLICITAR	\$	183.185.000,00

Café de Gatos Gaturno

Tabla de Amortización del Crédito

TASA DE INTERÉS 2,00%

CALCULO DEL PRÉSTAMO

AÑOS	CUOTA A PAGAR	ABONO A CAPITAL	INTERESES	SALDO DE LA DEUDA
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 183.185.000
2016	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 183.185.000
2017	\$ -59.729.892	\$ -56.611.759	\$ 3.118.134	\$ 126.573.241
2018	\$ -59.729.892	\$ -57.743.994	\$ 1.985.898	\$ 68.829.248
2019	\$ -59.729.892	\$ -58.898.874	\$ 831.019	\$ 9.930.374
2020	\$ -9.954.982	\$ -9.930.374	\$ 24.608	\$ -0

ESTADOS FINANCIEROS

ESTADO DE RESULTADOS

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	\$ 561.966.000	\$ 697.334.502	\$ 887.935.046	\$ 1.023.667.190	\$ 1.181.783.556
COSTO VENTAS	\$ 185.460.000	\$ 233.214.564	\$ 307.733.461	\$ 363.959.360	\$ 431.268.249
UTILIDAD BRUTA	\$ 376.506.000	\$ 464.119.938	\$ 580.201.585	\$ 659.707.830	\$ 750.515.307
GASTOS ADTIVOS Y VTAS	\$ 72.000.000	\$ 74.124.000	\$ 76.214.297	\$ 78.272.083	\$ 80.385.429
OTROS GASTOS	\$ 60.000.000	\$ 62.040.000	\$ 64.149.360	\$ 66.330.438	\$ 68.585.673
DEPRECIACIÓN	\$ 8.911.000	\$ 8.911.000	\$ 8.911.000	\$ 8.911.000	\$ 8.911.000
UTILIDAD OPERATIVA	\$ -1.705.000	\$ 74.744.588	\$ 179.737.308	\$ 248.222.569	\$ 327.696.228
GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ 3.118.134	\$ 1.985.898	\$ 831.019	\$ 24.608

INFORMES DE LA SIMULACIÓN FINANCIERA.

GASTOS FIJOS DEL PERIODO	\$ 237.300.000	\$ 244.300.350	\$ 251.189.620	\$ 257.971.740	\$ 264.936.977
UTILIDAD ANTES DE IMPOTOS	\$ -1.705.000	\$ 71.626.454	\$ 177.751.410	\$ 247.391.551	\$ 327.671.620
IMPUESTOS	\$ -	\$ 23.636.730	\$ 58.657.965	\$ 81.639.212	\$ 108.131.635
UTILIDAD NETA	\$ -1.705.000	\$ 47.989.724	\$ 119.093.445	\$ 165.752.339	\$ 219.539.985



BOGOTÁ HUCYANA SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO
Desarrollo Económico, Industria y Turismo



BALANCE GENERAL Café de Gatos Gaturno

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVO					
CAJA/BANCOS FIJO NO DEPRECIABLE	\$ 284.586.000	\$ 310.216.695	\$ 367.508.658	\$ 387.160.925	\$ 466.421.620
FIJO DEPRECIABLE DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000
ACTIVO FIJO NETO	\$ 46.894.000	\$ 37.983.000	\$ 29.072.000	\$ 20.161.000	\$ 11.250.000
TOTAL ACTIVO	\$ 331.480.000	\$ 348.199.695	\$ 396.580.658	\$ 407.321.925	\$ 477.671.620
PASIVO					
Impuestos X Pagar	\$ -	\$ 23.636.730	\$ 58.657.965	\$ 81.639.212	\$ 108.131.635
TOTAL PASIVO CORRIENTE Obligaciones Financieras	\$ 183.185.000	\$ 126.573.241	\$ 68.829.248	\$ 9.930.374	\$ -0
PASIVO	\$ 183.185.000	\$ 150.209.971	\$ 127.487.213	\$ 91.569.586	\$ 108.131.635
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000	\$ 150.000.000
Utilidades del Ejercicio	\$ -1.705.000	\$ 47.989.724	\$ 119.093.445	\$ 165.752.339	\$ 219.539.985
TOTAL PATRIMONIO	\$ 148.295.000	\$ 197.989.724	\$ 269.093.445	\$ 315.752.339	\$ 369.539.985
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PAS + PAT	\$ 331.480.000	\$ 348.199.695	\$ 396.580.658	\$ 407.321.925	\$ 477.671.620

FLUJO DE CAJA EL PROYECTO Café de Gatos Gaturno

	2016	2017	2018	2019	2020
Activos Corrientes	\$ 284.586.000	\$ 310.216.695	\$ 367.508.658	\$ 387.160.925	\$ 466.421.620
Pasivos Corrientes	\$ -	\$ 23.636.730	\$ 58.657.965	\$ 81.639.212	\$ 108.131.635
KTNO	\$ 284.586.000	\$ 286.579.966	\$ 308.850.692	\$ 305.521.713	\$ 358.289.985
Activo Fijo Neto	\$ 46.894.000	\$ 37.983.000	\$ 29.072.000	\$ 20.161.000	\$ 11.250.000
Depreciación Acumulada	\$ 8.911.000	\$ 17.822.000	\$ 26.733.000	\$ 35.644.000	\$ 44.555.000
Activo Fijo Bruto	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000	\$ 55.805.000
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Capital Operativo Neto	\$ 331.480.000	\$ 324.562.966	\$ 337.922.692	\$ 325.682.713	\$ 369.539.985

Café de Gatos Gaturno

CALCULO DEL FLUJO DE CAJA LIBRE

Simulador creado por: Magíster. Mauricio Reyes Giraldo.
Docente de Tiempo completo Universidad EAN - FEAV
E-mail: dmreyes@ean.edu.co

INFORMES DE LA SIMULACIÓN FINANCIERA.

EBIT	\$	-1.705.000	\$	74.744.588	\$	179.737.308	\$	248.222.569	\$	327.696.228
Impuestos	\$	-562.650	\$	24.665.714	\$	59.313.312	\$	81.913.448	\$	108.139.755
NOPLAT	\$	-1.142.350	\$	50.078.874	\$	120.423.997	\$	166.309.121	\$	219.556.473
Inversión Neta	\$	181.480.000	\$	-6.917.034	\$	13.359.727	\$	-12.239.979	\$	43.857.272
Flujo de Caja Libre del período	\$	180.337.650	\$	43.161.839	\$	133.783.723	\$	154.069.142	\$	263.413.745

Café de Gatos Gaturno

EAVLUACIÓN FINANCIERA Y PUNTO DE EQUILIBRIO:

INVERSIÓN AÑO 0	2016	2017	2018	2019	2020
\$ -333.185.000	\$ 180.337.650	\$ 43.161.839	\$ 133.783.723	\$ 154.069.142	\$ 263.413.745

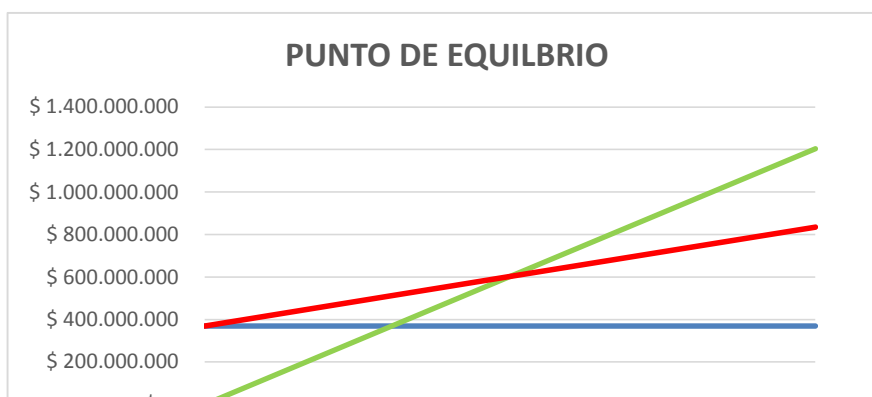
VALOR PRESENTE NETO DEL PROYECTO = **\$ 12.968.083,7**

TASA INTERNA DE RETORNO = **32,43%**

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO	PARTICIPACIÓN % EN VENTAS TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO	PTO EQUILIBRIO POR REFERENCIA DE PDTO O SERVICIO
Horas de ingreso	\$ 12.000,0	0,683315361	\$ 8.199,8	21700,4
Bebidas gaseosas y cafes	\$ 200,0	0,016399569	\$ 3,3	520,8
Mercancias	\$ 10.000,0	0,184975604	\$ 1.849,8	5874,4
Eventos y seminarios	\$ 15.000,0	0,102497304	\$ 1.537,5	3255,1
Alquiler mantas y electronicos	\$ 3.000,0	0,012812163	\$ 38,4	406,9
#REF!	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
#REF!	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
#REF!	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
#REF!	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
#REF!	#REF!	#REF!	#REF!	#REF!
				31757,59

TOTAL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PROMEDIO PONDERADO = **\$ 11.628,7**

PUNTO DE EQUILIBRIO = COSTOS Y GTOS FIJO/MCPP = **31757,59 UNIDADES**



INFORMES DE LA SIMULACIÓN FINANCIERA.

