



# **MIAU LOUNGE**

**Edna Shirley Gomez Cerinza**  
**Nelson Javier Castro Buitrago**

Universidad EAN  
Facultad de Administración  
Maestría en Administración de Empresas - MBA  
Bogotá, Colombia  
2024

# **MIAU LOUNGE**

**Edna Shirley Gomez Cerinza**  
**Nelson Javier Castro Buitrago**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:  
**Magister en Administración de Empresas - MBA**

**Director (a):**

León Darío Parra Bernal

**Modalidad:**

Creación de Empresa

Universidad EAN

Facultad de Administración

Maestría en Administración de Empresas - MBA

Bogotá, Colombia

2024

## Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá D.C. Día - mes – año

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mis gatos Aria y Teo, por llenar mis días y noches de amor incondicional, a mis padres por su apoyo. Un homenaje a cada uno de los animales que nos enseñan la importancia de la empatía y el cuidado mutuo.

*Javier Castro*

Dedico este trabajo a mis queridas mamitas, cuya constante comprensión, apoyo y aliento han sido mi fuerza para seguir adelante. A mis adoradas mascotas, por enseñarme el verdadero significado del amor incondicional. A mi papito en el cielo, quien siempre creyó en mí y cuya fe me inspira a diario. A mis hermanas, hermanos y mi querida tía, por estar a mi lado en cada paso del camino. A mi compañero de sueños, por su confianza inquebrantable en este proyecto, y a todas las personas que valoran y defienden la importancia del bienestar animal. Este logro también es de ustedes.

*Shirley Gomez*



---

## **Agradecimientos**

A nuestras familias y parejas por el apoyo e impulso para la elaboración de este trabajo, a la universidad EAN por proporcionarnos las herramientas necesarias para llevar a cabo de manera correcta y completa la investigación, a nuestros amigos por su acompañamiento y motivación, sin duda el apoyo de cada uno de ustedes fue fundamental para el logro de este objetivo.

## Resumen

Este trabajo presenta un estudio y un análisis integral para la creación de Míau Lounge, que será un café temático con un alto nivel de innovación, que combina la experiencia de tomar una buena taza de café, promoviendo al mismo tiempo el bienestar animal, dentro del contenido se abordaran los antecedentes del proyecto y la oportunidad del negocio que surge del creciente interés por un café diferente que cubra una problemática social, estableciendo objetivos claros para su implementación. El trabajo aborda un análisis detallado de las tendencias actuales, el comportamiento de los consumidores, competencia y propone estrategias claras de introducción y posicionamiento de la marca.

Con relación al aspecto técnico, se describen los requerimientos, mínimos para iniciar la operación del café, como la ficha técnica de los productos, maquinaria, mobiliario, además de los procesos operativos clave.

Por último, el trabajo se enfoca en los aspecto organizacionales y legales, detallando la estructura organizacional, con el objetivo de cumplir con las normativas organizacionales enfocadas a un ambientes y economía sostenible; en conjunto el proyecto de Míau Lounge se presenta como una propuesta que pretende convertirse en un apoyo para el bienestar animal, creando un ambiente de concientización animal, con un enfoque claro en la sostenibilidad y una planificación técnico legal exhaustiva para asegurar la viabilidad del negocio y tener un éxito competitivo con otros cafés bajo el mismo modelo.

***Palabras clave:*** Innovación, bienestar animal, sostenibilidad, posicionamiento de marca, café temático, competencia, normatividad.

## Abstract

This work presents a study and a comprehensive analysis for the creation of Miau Lounge, which will be a thematic cafe with a high level of innovation, which combines the experience of having a good cup of coffee, while promoting animal welfare, within the content will address the background of the project and the business opportunity that arises from the growing interest in a different coffee that covers a social problem, establishing clear objectives for its implementation.

The work addresses detailed analysis of current trends, consumer behavior, competition and proposes clear strategies for the introduction and positioning of the brand.

Regarding the technical aspect, the minimum requirements to start the coffee operation are described, such as the technical sheet of the products, machinery, furniture, in addition to the key operational processes.

Finally, the work focuses on the organizational and legal aspects, detailing the organizational structure, with the objective of complying with organizational regulations focused on a sustainable environment and economy; Overall, the Miau Lounge project is presented as a proposal that aims to become a support for animal welfare, creating an environment of animal awareness, with a clear focus on sustainability and exhaustive technical-legal planning to ensure the viability of the business and have competitive success with other cafes under the same model.

**Keywords:** *Innovation, animal welfare, sustainability, brand positioning, themed cafe, competition, regulations.*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	12
<b>1.1 ANTECEDENTES</b> .....	12
<b>1.2 PROBLEMÁTICA Y OPORTUNIDAD</b> .....	12
<b>1.3 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS</b> .....	15
<b>2. NATURALEZA DEL PROYECTO</b> .....	16
2.1 ORIGEN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	16
2.2 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	17
2.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES.....	19
2.4 ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO .....	21
2.5 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	22
2.6 RAZÓN SOCIAL, TAMAÑO Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	23
2.7 POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS .....	24
2.8 VENTAJAS COMPETITIVAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS .....	25
2.9 RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS.....	27
2.10 PROYECCIÓN DE VENTAS Y RENTABILIDAD .....	27
2.11 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD .....	28
2.12 EQUIPO DE TRABAJO .....	29
<b>3. ANÁLISIS DEL SECTOR</b> .....	31
3.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR .....	31
3.2 ANÁLISIS PESTEL .....	35
3.3 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER .....	47
3.4 ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL.....	55
<b>4. ESTUDIO PILOTO DE MERCADO</b> .....	59
4.1 ANÁLISIS Y ESTUDIO DE MERCADO:.....	59
4.2 TENDENCIAS DEL MERCADO .....	62
4.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	82
4.4 ESTRATEGIA Y PLAN DE INTRODUCCIÓN DE MERCADO.....	89
<b>5. ASPECTOS TÉCNICOS</b> .....	94
5.1 FICHA TÉCNICA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS .....	94
5.2 REQUERIMIENTOS.....	101
5.3 DIAGRAMA DE FLUJO – PROCESOS Y EQUIPO DE TRABAJO .....	111
<b>6. ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES</b> .....	121
6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	121
6.2 NORMATIVIDAD EMPRESARIAL .....	126
6.3 NORMATIVIDAD TRIBUTARIA .....	128
6.4 NORMATIVIDAD TÉCNICA (PERMISOS, LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO, REGISTROS) .....	129
6.5 NORMATIVIDAD LABORAL.....	130
6.6 NORMATIVIDAD AMBIENTAL.....	130

---

6.7 REGISTRO DE MARCA Y PROPIEDAD INTELECTUAL .....	131
<b>7. ASPECTOS FINANCIEROS .....</b>	<b>133</b>
7.1 PERÍODO DE ARRANQUE .....	133
7.2 SUPUESTOS MACROECONÓMICOS .....	134
7.3 PERÍODO IMPRODUCTIVO .....	135
7.4 PROYECCIONES E INDICADORES FINANCIEROS .....	135
7.5 FUENTES DE FINANCIACIÓN .....	145
7.6 SALIDA DE INVERSIÓN .....	146
<b>8. ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD .....</b>	<b>149</b>
8.1 DIMENSIÓN SOCIAL: .....	149
8.2 DIMENSIÓN AMBIENTAL: .....	150
8.3 DIMENSIÓN ECONÓMICA: .....	151
8.4 DIMENSIÓN DE GOBERNANZA: .....	151
<b>9. CONCLUSIONES .....</b>	<b>153</b>
<b>10. REFERENCIAS .....</b>	<b>157</b>

## LISTA DE TABLAS Y GRÁFICOS

<b>Tabla 1 - Como trabajan las 5 Fuerzas.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 2 - Ficha Técnica – Encuesta Café MiauLounge.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 3 - Tabla Análisis del consumidor .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabla 4 - Matriz de Competitividad .....</b>	<b>86</b>
<b>Tabla 5 - Estrategia de publicidad 1: Lanzamiento.....</b>	<b>90</b>
<b>Tabla 6 - Estrategia de publicidad 2: Posicionamiento de marca .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabla 7 - Estrategia de publicidad 3: Fidelización y merchandising.....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 8 - Miau-Fés.....</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 9 - Calientes Lounge.....</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 10 - Fríos Lounge .....</b>	<b>96</b>
<b>Tabla 11 - Panadería Felina.....</b>	<b>96</b>
<b>Tabla 12 - Mininos dulces.....</b>	<b>97</b>
<b>Tabla 13 - Lounge de interacción.....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla 14 - Lounge de Adopción .....</b>	<b>98</b>
<b>Tabla 15 - Alimentos para gatos – MiawBites.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla 16 - MiawLitter – Cajas de arena.....</b>	<b>99</b>
<b>Tabla 17 - Juguetes para felinos.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 18 - Talleres y charlas.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla 19 - Niñero(a).....</b>	<b>101</b>
<b>Tabla 20 - Requerimientos de maquinaria – cafetería .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabla 21 - Requerimientos de mobiliario .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 22 - Total, requerimientos.....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 23 – Capacidad instalada.....</b>	<b>117</b>
<b>Tabla 24 – Capacidad utilizada .....</b>	<b>118</b>
<b>Tabla 25 – Capacidad Ociosa .....</b>	<b>118</b>
<b>Tabla 26 - Salarios Mensuales .....</b>	<b>119</b>
<b>Tabla 27 - Seguridad Social Mensual .....</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 28 - Prestaciones Sociales Mensuales .....</b>	<b>120</b>
<b>Tabla 29- Detalle panadería Cat-fe .....</b>	<b>137</b>
<b>Tabla 30 - Detalle panadería Cat-fe .....</b>	<b>137</b>
<b>Tabla 31 - Matriz de sostenibilidad Miau Lounge.....</b>	<b>152</b>
<b>Gráfico 1 - Proyección costos y gastos .....</b>	<b>140</b>
<b>Gráfico 2 - Crecimiento anual ventas 2025-2029 .....</b>	<b>142</b>
<b>Gráfico 3 – Análisis vertical.....</b>	<b>143</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Ilustración 1 – Lienzo Modelo de Negocio Sostenible</b> .....	17
<b>Ilustración 2 – System Mapping Miao Lounge</b> .....	18
<b>Ilustración 3 - Lienzo propuesta valor</b> .....	23
<b>Ilustración 4 - Proyección Ventas año 1</b> .....	27
<b>Ilustración 5 - Cuidado de Mascotas</b> .....	34
<b>Ilustración 6 - Matriz OPAM Entorno Político</b> .....	37
<b>Ilustración 7 - Matriz OPAM Entorno Económico</b> .....	38
<b>Ilustración 8 - Matriz OPAM Entorno Social</b> .....	39
<b>Ilustración 9 - Matriz OPAM Entorno Tecnológico</b> .....	41
<b>Ilustración 10 - Matriz OPAM Entorno Ecológico</b> .....	42
<b>Ilustración 11 - Matriz OPAM Entorno Legal</b> .....	43
<b>Ilustración 12 - PESTEL Análisis del Macroentorno MIAULOUNGE</b> .....	43
<b>Ilustración 13 - Las 5 fuerzas de Porter MIAULOUNGE</b> .....	48
<b>Ilustración 14 - Matriz de valoración cinco fuerza de Porter</b> .....	53
<b>Ilustración 15 - Estrategia del Océano Azul</b> .....	55
<b>Ilustración 16 - Mapa de empatía - Cat lovers</b> .....	64
<b>Ilustración 17 - Perfil persona – Cat Lover</b> .....	65
<b>Ilustración 18 - Gusto por los gatos</b> .....	67
<b>Ilustración 19 - Resultados - Variables demográficas</b> .....	69
<b>Ilustración 20 - Frecuencia de visita, bebidas y alimentos en un café</b> .....	71
<b>Ilustración 21 - Datos de preferencias</b> .....	73
<b>Ilustración 22 - Datos de experiencias</b> .....	74
<b>Ilustración 23 - Datos de Competencia</b> .....	76
<b>Ilustración 24 - Tamaño del mercado Miao Lounge</b> .....	80
<b>Ilustración 25 - Logo Gato Latte</b> .....	82
<b>Ilustración 26 - Logo Calico Cat Café</b> .....	83
<b>Ilustración 27 - Logo Miao Lounge</b> .....	84
<b>Ilustración 28 - Ubicación geográfica – Miao Lounge</b> .....	104
<b>Ilustración 29 - Diseño preliminar del espacio de Miao Lounge</b> .....	105
<b>Ilustración 30 - Cadena de valor Miao Lounge</b> .....	115
<b>Ilustración 31 - DOFA Cruzado – Miao Lounge</b> .....	122
<b>Ilustración 32 - PES Estratégico – Cat-fe</b> .....	125
<b>Ilustración 33 - Descripción actividad económica</b> .....	127
<b>Ilustración 34 - Cronograma puesta en marcha</b> .....	134
<b>Ilustración 35 - Detalle bebidas Calientes</b> .....	136
<b>Ilustración 36 - Detalle bebidas Calientes Non Cat-fe</b> .....	136
<b>Ilustración 37 - Detalle bebidas frías</b> .....	136
<b>Ilustración 38 - Ingresos Primer año</b> .....	138
<b>Ilustración 39 - Gastos Primer año</b> .....	139
<b>Ilustración 40 - Simulación crédito financiero</b> .....	146

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Antecedentes

En el año de 1998 se crean los Nekos Cafés en la ciudad de Taipéi destacándose exitosamente en todo Taiwán (Delgado Aguilera, 2019) ganando bastante popularidad en el país japonés, país que presenta porcentajes de natalidad bajos, el cual ha visto en los gatos una fuente de compañía para aquellos que se sienten solos, así pues los gatos comienzan a ocupar una parte significativa en la economía (Portafolio, 2009), no solo como mascotas si no como los protagonistas en las cafeterías adecuadas para ellos, ofreciendo la oportunidad de compartir e interactuar en entornos tranquilos y acogedores. Este fenómeno ha impactado en el mundo, así como a los diversos sectores de la economía.

Entendiendo el origen e historia de la creación de estas cafeterías “temáticas” con gatos, nace la idea de negocio: Crear un ambiente único donde los amantes del café y de los gatos puedan disfrutar de una experiencia de tranquilidad generando una conexión en el entorno acogedor; la propuesta surge desde dos perspectivas la primera de ellas está enfocada en que los clientes puedan disfruten de una taza de café en un ambiente cálido y acogedor junto a los felinos, la segunda se focaliza en disminuir el porcentaje de abandono y maltrato animal en la ciudad de Bogotá, generando espacios de concientización en la comunidad sobre la tenencia responsable de mascotas y el cuidado de los animales.

### 1.2 Problemática y oportunidad

En Bogotá para el período comprendido entre el 2020 y 2022 se registraron más de 14.000 casos de maltrato animal (Concejo de Bogotá, s.f.) entre los cuales se identificaron situaciones de abandono, negligencia, crueldad física, explotación, e incluso violencia sexual. Este fenómeno tiene múltiples causas, que abarcan desde la falta de conciencia y

responsabilidad, hasta factores económicos, sociales y culturales. Entre las situaciones más comunes asociadas a esta problemática se encuentran: la sobrepoblación en los refugios de animales, afectaciones a la Salud pública, impactos negativos en el ambiente y el impacto emocional en los animales

De acuerdo con lo anterior y con base en las alarmantes cifras de abandono en el país, se evidencia la necesidad de desarrollar una idea de negocio orientada a impulsar la protección y el bienestar animal, enfocada principalmente en felinos. El café incluirá componentes esenciales que son fundamentales para la propuesta. Entre los cuales se destacan:

- **Bienestar animal:** Basado en los ocho principios establecidos por la AVMA (American Veterinary Medical Association), este componente garantizará que los animales recibirán un trato basado en el respeto y la dignidad a lo largo de toda su vida, asegurando una muerte digna, además, se buscará reducir al máximo el estrés, el miedo y cualquier forma de sufrimiento, promoviendo así su bienestar integral. (Animal Welfare Principles, s.f.).
- **Adopción responsable:** de acuerdo con el departamento de salud y bienestar animal del (Municipio de Bahía Blanca) este señala la adopción responsable implica un conjunto de responsabilidades que el adoptante deberá asumir, asegurando el bienestar animal y la compatibilidad entre ellos.

De acuerdo con lo anterior, la idea de negocio se desarrollará con el fin de abordar esta problemática y contará con las siguientes actividades:

- **Educación y Sensibilización:** El modelo de negocio incluirá campañas educativas sobre la tenencia responsable de animales, enfocadas en reducir el abandono y fomentar una cultura de respeto y cuidado hacia los felinos, así como el entendimiento del

comportamiento felino ayudando a los adoptantes y cuidadores a comprender mejor las necesidades emocionales y físicas de estos animales, y así mejorar la relación entre humanos y gatos.

- **Espacios seguros y enriquecidos:** Miau Lounge tendrá espacios especializados que permitan a los felinos una vida digna, con áreas diseñadas para sus necesidades de juego, descanso y socialización, lo que también contribuye a mejorar su bienestar emocional.
- **Incentivar la adopción responsable:** En el café se realizarán campañas de adopción de los gatitos que se encuentran en el café, por medio de una evaluación exhaustiva del posible adoptante con el fin de asegurar la mejor calidad de vida de los felinos.
- **Alianzas con refugios y protectoras:** Se buscará establecer alianzas con refugios y organizaciones protectoras para coordinar esfuerzos en rescate, atención y colocación de los felinos en hogares seguros.
- **Servicios de niñera:** Este servicio estará diseñado para brindar soporte a aquellos clientes que desean viajar o que, por diversas razones, deben ausentarse y no tienen a quién dejar al cuidado de su felino. El servicio ofrecerá atención personalizada, asegurando que los gatos reciban alimentación, compañía, un entorno seguro y cómodo mientras sus dueños no están presentes. De esta forma, se dará tranquilidad a los propietarios, garantizando el bienestar de sus mascotas durante su ausencia.
- **Servicios de Gatoterapia:** producto de la pandemia del COVID-19 se evidenció un crecimiento exponencial relacionado con las enfermedades mentales entre ellas el estrés, la ansiedad y la depresión, (UNICEF, 2021), en base a esto, como parte integral del concepto de negocio del “Neko Café” se ofrecerán espacios adecuados de terapia,

conocidos como “Gatoterapia”, los cuales contribuirán a reducir factores que aumentan los niveles de ansiedad, depresión, entre otros. Adicionalmente, se ha demostrado que los gatos han sido utilizados en tratamientos para enfermedades como las cardiovasculares, el Alzheimer, la artritis entre otros (Siegfried Rhein, 2024)

### **1.3 Objetivo general y específicos**

#### **Objetivo general**

Establecer la viabilidad de un cat café seguro, sostenible y acogedor que brinde a los amantes de los gatos un espacio agradable y lleno de ternura.

#### **Objetivos específicos**

1. Realizar un análisis de mercado en la ciudad de Bogotá para la comprensión de la demanda, competencia y tendencias de este mercado.
2. Desarrollar un estudio de factibilidad técnica del proyecto, evaluando la disponibilidad de tecnología y recursos necesarios para su implementación eficaz y sostenible.
3. Analizar la viabilidad financiera de costos iniciales, gastos operativos y proyecciones de ingresos, para el establecimiento de un negocio rentable.
4. Evaluar las posibles alianzas y colaboraciones con organizaciones locales y gubernamentales dedicadas al rescate de animales para impulsar la adopción en el café.

## 2. NATURALEZA DEL PROYECTO

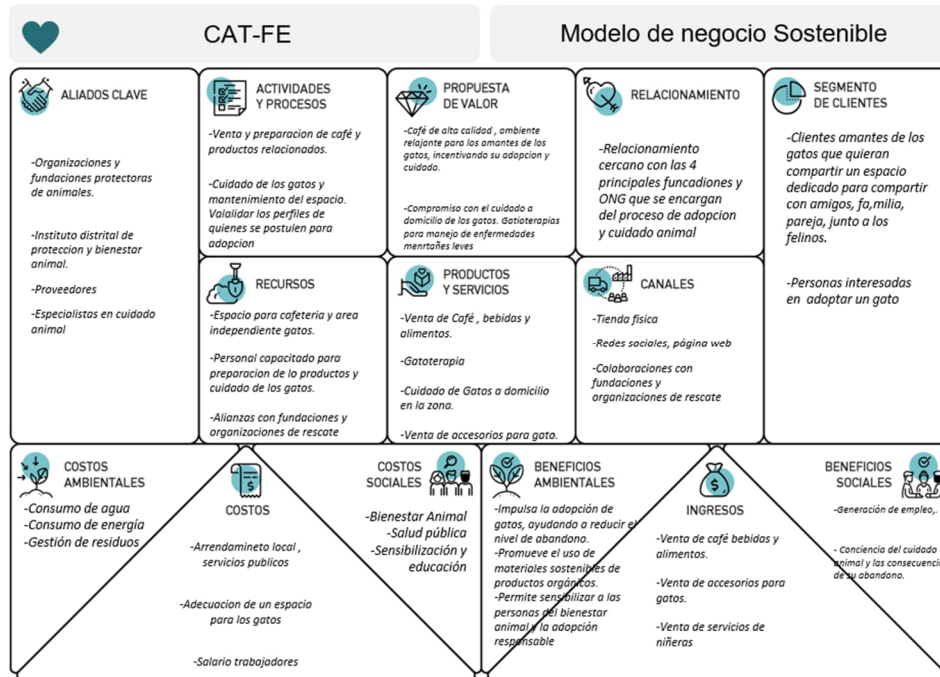
### 2.1 Origen de la idea de negocio

Miau Lounge nace de la necesidad de generar espacios que promuevan una cultura de respeto, cuidado y protección hacia los derechos de los animales domésticos, especialmente los gatos en condición de vulnerabilidad, en la ciudad de Bogotá. Este proyecto no solo busca sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del bienestar animal, sino que también ofrece un entorno acogedor donde las personas pueden disfrutar de un ambiente tranquilo acompañado de una taza de café o una bebida caliente.

Además, Miau Lounge se posiciona como un lugar donde convergen el amor por los animales y las experiencias únicas, proporcionando espacios para la interacción con gatos rescatados y la posibilidad de apoyar su bienestar a través de la adopción responsable o contribuciones directas. Con una propuesta que combina responsabilidad social y ocio, el proyecto se convierte en un referente para quienes valoran el bienestar animal y buscan un momento de conexión en un espacio diseñado para el disfrute y la conciencia social.

Así mismo, Miau Lounge busca fortalecer su impacto apoyando a aquellas personas que requieren viajar y no cuentan con alguien de confianza para el cuidado de sus gatos. A través de servicios especializados y personalizados, adicionalmente se ofrecerán productos para los gatos (como alimentos y arenas) y souvenirs, con el fin de llegar al corazón de cada uno de los clientes. El proyecto pretende convertirse en el aliado perfecto, inspirando confianza y afianzando su propuesta de valor al garantizar un entorno seguro y lleno de cuidado para las mascotas mientras sus dueños están ausentes. Con esta oferta integral, Miau Lounge reafirma su compromiso de ser un espacio referente en bienestar animal y conexión emocional entre las personas y sus felinos.

### Ilustración 1 – Lienzo Modelo de Negocio Sostenible



LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE

Nota: Elaboración propia

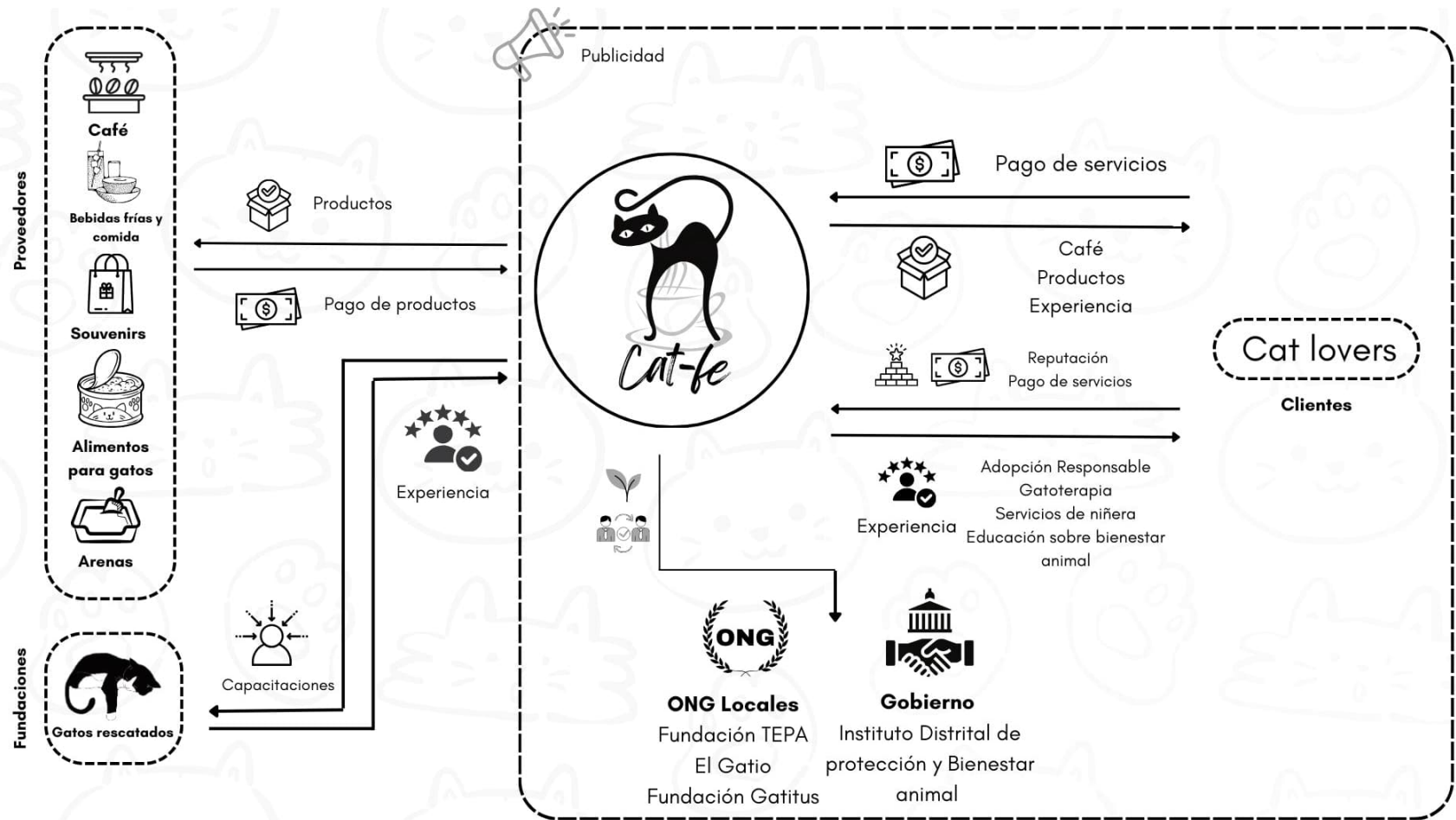
## 2.2 Descripción de la idea de Negocio

El desarrollo y validación del modelo de negocio sostenible, fue apoyado con la herramienta System Mapping y elaboración de entrevistas a los diferentes grupos de interés, lo cual fue fundamental para el desarrollo del nuevo modelo de negocio sostenible visualizado en el Lienzo de Modelo de Negocio Sostenible.

### System Mapping

Para Miau Lounge se ilustra como interactúan los distintos componentes y actores claves en el modelo de negocio, tomando como base el perfil del cliente y la propuesta de valor desarrollada anteriormente.

Ilustración 2 – System Mapping Miau Lounge



Nota: Elaboración propia

## **2.3 Objetivos empresariales**

### **Objetivo General:**

Posicionarse como el café temático líder en Bogotá, promoviendo el bienestar y respeto por los derechos de los gatos, mientras se ofrece a los clientes una experiencia única que combina un ambiente tranquilo, interacción con gatos rescatados y servicios de alta calidad para el cuidado y atención de las mascotas.

### **Objetivos a Corto plazo (6 meses – 1 año)**

1. Lanzamiento de Miau Lounge: Iniciar operaciones del café para el año 2025, asegurando el correcto funcionamiento del local con el fin de brindar la mejor experiencia al cliente
2. Realizar e implementar estrategias de marketing y publicidad para dar a conocer el café y la propuesta de valor
3. Afianzar las alianzas estratégicas como fundaciones, rescatistas, hogares de paso, para promover la adopción responsable
4. Facilitar el proceso de adopciones y lograr al menos 10 adopciones exitosas durante este período

### **Objetivos a mediano plazo (2 – 4 años)**

1. Posicionar y consolidar a Miau Lounge como la referencia del café temático en la ciudad de Bogotá, reconociendo por su conciencia con los animales y su experiencia al consumir los productos en el café
2. Incrementar el porcentaje de adopciones al menos en un 80% que la media en la ciudad, apoyando a más gatos en condición de vulnerabilidad a encontrar un hogar seguro.

3. Mejora de procesos internos, para asegurar la eficiencia en el café y de esta manera obtener la mejor atención al cliente posible
4. Fortalecer y crear una fidelización por parte de los clientes través de eventos especiales, actividades temáticas y programas de recompensas para quienes apoyen activamente la causa.

### **Objetivos a largo plazo (5 años en adelante)**

1. Replicar el modelo de negocio inicialmente en otras localidades de la ciudad y de manera progresiva en otras ciudades del país, asegurando el propósito de la idea de negocio
2. Crear una fundación la cual permita gestionar las donaciones y proyectos de bienestar animal, así como poder incluir en los procesos de adopción a los perritos
3. Lograr convertirse en un referente nacional en el rescate, cuidado y adopción de gatos, ayudando a más de 500 gatos en condición de vulnerabilidad para el quinto año.
4. Generar espacios, pero con los perros en condición vulnerable, manteniendo el mismo sentido social y de esta manera lograr al menos 20 adopciones para el 5 año y en adelante lograr una meta más alta, esto con el fin de ayudar a reducir las cifras de abandono en el país.
5. Lograr el reconocimiento de Míau Lounge como un modelo innovador y socialmente responsable, tanto en el sector cafetero como en el ámbito del bienestar animal.

Por lo cual, los objetivos específicos del café se pueden resumir en:

- Promover la conciencia sobre el bienestar animal

- Fomentar la adopción responsable
- Ofrecer servicios especializados en cuidado felino:
- Establecer las alianzas estratégicas
- Fortalecer la fidelización con los clientes
- Desarrollar oportunidades de crecimiento

## **2.4 Estado Actual del Negocio**

El modelo de negocio de Miau Lounge se encuentra en una etapa de inicio, enfocada en realizar estudios técnicos para evaluar su viabilidad. Durante este proceso, se han identificado aspectos clave del entorno competitivo:

### 1. Competencia en el mercado de cat cafés:

En Colombia existen alrededor de 10 cafeterías temáticas similares, distribuidas en diferentes ciudades como Bogotá, Medellín, Pereira y Armenia. Sin embargo, no todas integran servicios complementarios como adopciones o talleres educativos.

En Bogotá, los principales competidores son Calico Cat Café y GatoLatte Home, que manejan precios similares a los proyectados para Miau Lounge.

### 2. Diferenciación de Miau Lounge:

Miau Lounge busca destacar a través de su compromiso con las adopciones responsables de gatos rescatados y la implementación del servicio de niñera para gatos, lo cual no está presente en los competidores principales. Esta propuesta de valor le permitirá captar un nicho de mercado con un enfoque único.

### 3. Oportunidad en el mercado:

La limitada cantidad de competidores en Bogotá y la escasa oferta de servicios similares en otras ciudades representan una ventaja para *Miau Lounge*. Este contexto brinda la posibilidad de establecerse como un referente en el sector y consolidar su objetivo de promover una cultura de respeto hacia los animales.

Estas características posicionan a *Miau Lounge* como una propuesta diferenciada dentro del mercado de cat cafés, con un enfoque innovador y socialmente responsable. Esto facilita la atracción de clientes interesados en experiencias únicas y en contribuir al bienestar animal.

## **2.5 Descripción del servicio**

*Miau Lounge* como cafetería temática y espacios pet friendly, ofrecerá varios servicios, los cuales son:

- Servicio de cafetería: Venta de bebidas calientes y frías a base de café, otras bebidas calientes y frías, productos de repostería y panadería con opciones saludables para cualquier tipo de cliente.
- Servicio de adopción: El café mantendrá en el establecimiento entre 5 y 10 gatos, permitiendo a los clientes y futuros adoptantes compartir un espacio e interactuar entre ellos, con el fin de lograr adopciones exitosas
- Servicios de Gatoterapia: inspirado en los beneficios terapéuticos que ofrecen los gatos, este servicio estará dirigido a personas que buscan aliviar el estrés, mejorar su bienestar emocional y fortalecer conexiones afectivas se realizarán sesiones específicas, guiadas por personal capacitado, para maximizar los beneficios del contacto con los gatos.

- Venta de arenas y alimentos para gatos: Se ofrecerá al público la venta de arena biodegradable, lo cual permite reducir los desechos por parte de los animales, así mismo alimento premium para los gatos cumplirán los estándares para cumplir los criterios de alimentos
- Servicios de niñera: Este servicio permitirá a los clientes de Miau Lounge puedan contar con un aliado en el cuidado animal, permitiéndoles salir sin tener que preocuparse por sus mascotas, será prestado por horas, por días o meses según lo requieran los clientes

*Ilustración 3 - Lienzo propuesta valor*



*Nota: Elaboración propia*

## 2.6 Razón Social, tamaño y ubicación de la empresa

La compañía será constituida como una SAS (Sociedad Anónima Simplificada), teniendo en cuenta las flexibilidades que ofrece como tipo de sociedad permite mayor libertad para definir los términos de operación y crecimiento de la empresa, y la posibilidad de atraer inversores con menos restricciones.

La empresa se denominará Miau Lounge SAS, destacando su enfoque en servicios únicos que combinan la experiencia de una cafetería temática con adopciones responsables, gatoterapia y servicios para el bienestar felino y humano.

En relación con la ubicación de la empresa, a nivel macro y micro se detalla lo siguiente:

- Macro localización:

La empresa estará situada en Bogotá, Colombia, ciudad seleccionada por su densidad poblacional, diversidad cultural y factores económicos que favorecen el desarrollo de propuestas innovadoras en el sector de servicios temáticos y de bienestar animal.

- Micro localización:

Miau Lounge estará ubicado en la localidad de Chapinero, una zona estratégica reconocida por su dinamismo comercial, alto flujo de personas jóvenes y adultas con afinidad por actividades alternativas, y su posicionamiento como un epicentro cultural y gastronómico en Bogotá.

El local contará con un espacio mínimo de 100 m<sup>2</sup>, distribuidos en dos plantas, diseñado para ofrecer comodidad tanto a los clientes como a los gatos, respetando los estándares de bienestar animal y creando un ambiente cálido y atractivo.

## **2.7 Potencial del mercado en Cifras**

Teniendo en cuenta que el café, se encuentra en tres sectores, donde el principal es el de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías (HoReCa), el sector de las mascotas y el sector cafetero, el mercado potencial se puede establecer de la siguiente manera:

- Población de la ciudad de Bogotá: 8.300.000 habitantes

- Porcentaje mercado objetivo: de acuerdo con las tendencias actuales se puede establecer que al menos el 10% de la población tiene un interés en los cat cafés

***Mercado objetivo:  $8.300.000 \times 0,10 = 830.000$***

- Frecuencia de visita: se puede establecer que los clientes pueden visitar el café una vez al mes

- Teniendo en cuenta que los precios de las cafeterías temáticas son similares al de Miau Lounge se puede establecer un promedio de consumo de al menos \$35.000

***Total, de visitas anuales:  $830.000 \times 12 = 9.960.000$***

***Potencial de ingresos anuales:  $9.960.000 \times 35.000 = 348.600.000.000$***

- De acuerdo con los supuestos, Miau Lounge puede captar al menos el 35% de la población objetivo (teniendo en cuenta la competencia y el establecimiento físico propuesto para el modelo de negocio)

***Cientes potenciales de Miau Lounge:  $830.000 \times 35\% = 290.500$***

***Visitas totales a Miau Lounge:  $290.500 \times 12 = 3.486.000$***

***Ingresos anuales proyectados para Miau Lounge:  $3.486.000 \times 35.000 = 122.010.000.000$***

## **2.8 Ventajas competitivas de los productos o servicios**

Para Miau Lounge, un cat café en Bogotá, las ventajas competitivas son construidas a partir de un enfoque integral que incluye experiencia, sostenibilidad, impacto social y diferenciación en la oferta de valor. A continuación, se presentan en detalle cada una de las ventajas competitivas del café:

## 1. Experiencia Personalizada e Innovadora:

Míau Lounge no es un café común; su propuesta de valor se centra en brindar a los clientes una experiencia única con gatos en un entorno acogedor y temático. Esto genera un atractivo emocional que otros cafés no pueden ofrecer. Las estrategias utilizadas para la experiencia del cliente se encuentran:

- Áreas diseñadas para interacción con los gatos bajo supervisión, asegurando una experiencia segura tanto para los clientes como para los animales.
- Servicios exclusivos:
  - Gato terapias
  - Talleres temáticos
  - Zona de lectura y juegos, y Ambiente multisensorial

## 2. Impacto Social, Responsabilidad, sostenibilidad y conciencia Animal

El creciente interés por negocios con propósito hace que los consumidores prefieran marcas que apoyen causas sociales. Míau Lounge se alinea con este movimiento siendo un catalizador del cambio social. Se encuentran las siguientes actividades que son parte fundamental de este pilar:

- Promoción de la adopción
- Eventos comunitarios
- Donaciones y apoyo directo
- Educación y sensibilización
- Uso de productos ecológicos
- Menú sostenible
- Energía renovable

## 2.9 Resumen de las inversiones requeridas

De acuerdo con el análisis financiero realizado, se requieren una inversión total de \$291.355.380,50 compuesto por un componente de propiedad planta y equipo de \$57.804.122 y de capital de trabajo de \$233.551.258,50 para asegurar el primer mes de operación, así mismo el retorno de la inversión tendrá una TIR del 74,82% siendo un escenario bastante positivo para la inversión a realizar, así mismo se espera un periodo de recuperación de al menos año y medio, lo cual se alinea a cada una de las metas de Miau Lounge

## 2.10 Proyección de ventas y rentabilidad

El precio de ventas establecido para cada uno de los productos y servicios ofrecidos por Miau Lounge se relaciona en el siguiente detalle, el cual se utilizó con el simulador financiero proporcionado por la Universidad EAN

### *Ilustración 4 - Proyección Ventas año 1*

INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO						
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA		INGRESOS TOTALES		
Bebidas Calientes con Cat-fe Colombiano	50,500.00	\$	9,138.00	\$	461,469,000	14%
Otras bebidas Calientes	30,000.00	\$	7,598.00	\$	227,940,000	7%
Bebidas frías	25,000.00	\$	12,929.00	\$	323,225,000	10%
Panadería y repostería	60,000.00	\$	12,513.50	\$	750,810,000	22%
Servicios de niñera	40.00	\$	120,000.00	\$	4,800,000	0%
Arena Gato Maiz Cat 4kg - Bioedegradable	3,000.00	\$	30,000.00	\$	90,000,000	3%
Arena Gato Maiz Cat 10kg - Bioedegradable	2,800.00	\$	65,000.00	\$	182,000,000	5%
Arena Gato Maiz Cat 20 kg - Bioedegradable	1,800.00	\$	100,000.00	\$	180,000,000	5%
Alimento gatos 5kg	9,500.00	\$	65,000.00	\$	617,500,000	18%
Alimento gatos 10kg	3,000.00	\$	170,000.00	\$	510,000,000	15%
TOTAL				\$	<b>3,347,744,000</b>	<b>100%</b>

*Nota: Elaboración simulador financiero EAN*

Cada uno de los precios se encuentra acorde a la media en el mercado y de la competencia, por lo cual Miau Lounge no entrará a competir por precio, si no por experiencia y por las ventajas competitivas descritas anteriormente.

Los márgenes de rentabilidad de acuerdo con las proyecciones financieras son los siguientes:

- Margen Neto: 10% con la proyección realizada se obtiene un margen positivo, lo cual indica que Miau Lounge será rentable al convertir los ingresos en ganancias al final de cada período
- Margen operativo: 16% Este margen refleja la capacidad que el modelo de negocio tendrá para cubrir los costos y gastos asociados, sin tener pérdidas en el período.
- Margen bruto: 28% Este margen representa el control eficiente que se tendrán sobre los costos operativos, permitiendo un buen margen para la rentabilidad de Miau Lounge.

### **2.11 Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad**

El análisis financiero realizado, sugiere que Miau Lounge tiene todo el potencial de ser un modelo de negocio altamente competitivo y rentable con el enfoque de sostenibilidad que se busca actualmente, es importante recalcar la importancia de seguir cada uno de los pasos descritos a lo largo del documento, con el fin de obtener un éxito absoluto en la creación de la idea de negocio.

Al enfocarse en resolver el problema de abandono y maltrato animal Miau Lounge refleja los siguientes aspectos claves del análisis de viabilidad:

- Viabilidad de mercado objetivo: Al revisar que existe un gran porcentaje de interés en el café, el modelo de negocio es viable en términos de demanda
- Viabilidad operativa: al gestionar adecuadamente cada uno de los costos y gastos que Miau Lounge debe utilizar, y que, al cumplir con las licencias y permisos requeridos, el modelo de negocio es viable.

- Viabilidad financiera: al proyectar los ingresos del año 1, y se controlan los gastos, el modelo de negocio es financieramente viable,
- Viabilidad social y ambiental: El modelo tiene un impacto positivo en la comunidad y puede destacarse como un negocio responsable.

### **Conclusión General de Viabilidad**

Miau Lounge es viable siempre que:

- Se asegure una correcta ejecución del plan de marketing para captar al menos un 5% del mercado objetivo en el primer año.
- Se gestione eficientemente el período improductivo inicial y el control de costos operativos.
- Se destaque constantemente su impacto social y propuesta diferenciada en el mercado.

### **2.12 Equipo de trabajo**

- **Javier Castro Buitrago:** Administrador de empresas, con más de 12 de años de experiencia laboral, en el sector de servicios financieros, actualmente ocupa el cargo de Regional Services Manager en el banco Citibank, atendiendo el relacionamiento y solicitudes de la banca empresarial.
- **Shirley Gomez Cerinza:** Contadora pública, con más de 9 años de experiencia laboral en el área de contabilidad, actualmente ocupa el cargo de Senior 2 en BDO Colombia, una firma de servicios profesionales

El dúo de emprendedores detrás de Miau Lounge está unido por una profunda motivación común: su sensibilidad ante el sufrimiento animal y el deseo de marcar una diferencia positiva en este ámbito.

Este propósito compartido no solo impulsa su proyecto, sino que también define la esencia del café temático, cuyo enfoque principal es combinar la experiencia de un espacio acogedor y único con la promoción activa del bienestar animal.

A través de *Miau Lounge*, buscan transformar el dolor que sienten al ver a animales en condiciones de vulnerabilidad en acciones concretas que generen un impacto social significativo. Esta motivación se refleja en cada aspecto del negocio: desde el diseño del espacio hasta la incorporación de iniciativas que fomenten la adopción responsable, la educación sobre el cuidado animal y el apoyo a refugios locales.

Esta conexión emocional con su causa no solo les otorga una ventaja diferenciadora, sino que también refuerza su compromiso y autenticidad, valores que se transmiten a los clientes y que posicionan a *Miau Lounge* como mucho más que un café: como un proyecto con propósito y una herramienta para el cambio.

### **3. ANÁLISIS DEL SECTOR**

Los Neko cafés, han sido creados en la ciudad de Bogotá con el fin de ofrecer ambientes cálidos y experiencias excepcionales para los amantes de los animales y especialmente para los Cat-lovers, más allá de ofrecer ambientes cómodos y tranquilos, promueven la adopción responsable y el bienestar felino, buscando de esta manera reducir las cifras de abandono y creando una cultura de respeto, responsable y sostenible con el entorno.

El análisis del sector se llevará a cabo desde tres perspectivas que impactan al modelo de negocio: el mercado de restaurantes y cafetero, el sector de mascotas y el nicho de los Neko Cafés, evaluando de esta manera los impactos económicos, crecimiento y tendencias de consumo, ofreciendo una visión integral que permite identificar las sinergias y desafíos asociados a la idea de negocio.

#### **3.1 Caracterización del Sector**

##### **Sector de restaurantes**

Debido a la crisis sanitaria del 2020, causada por el COVID-19 generó grandes pérdidas en el sector HoReCa. Los requisitos de bioseguridad, las medidas de confinamiento y el distanciamiento social, forzó a que distintos negocios tuvieran que reducir sus operaciones e incluso llevar al cierre de estos, ocasionando de esta manera una ola de desempleos. La dificultad de poder operar y la poca afluencia de turistas causó una crisis económica, y aunque algunos establecimiento lograron mantenerse por las diferentes estrategias realizadas, el impacto laboral y económico fue significativo.

En postpandemia, el sector inicia una leve recuperación gracias a la reactivación económica y el retorno del turismo. Muchos establecimientos han adaptados sus servicios sin embargo esta recuperación ha sido desigual. La tecnología y la sostenibilidad son los factores claves de la resiliencia del sector

Para el año 2023 El sector de Hoteles, Restaurantes y Cafeterías (HoReCa) se encuentra valorado en alrededor de 3,7 mil millones de dólares, con una proyección de crecimiento esperada del 5,2% para el período comprendido entre 2024 y 2032, crecimiento que se ve reflejado por el aumento en el turismo, cambio en los hábitos de consumo y la creciente demanda por experiencias gastronómicas únicas, de esta manera se espera que el sector siga invirtiendo en avances tecnológicos y optimización de procesos, mejorando la eficiencia en la experiencia con el consumidor final. (UnivDatos, s.f.).

Para Colombia el Sector HoReCa, comprende una gran variedad de establecimientos dedicados a la gastronomía, bares, discotecas y hasta casinos, comprendiendo de esta manera experiencias sensoriales desde el servicio hasta la culinaria, algunas de las características de este sector son la diversidad, el dinamismo, la generación de empleo y el impacto social (Toma Col, s.f.).

De acuerdo con la (ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2023) este sector representa el 3,9% del Producto Interno Bruto (PIB) con aporte de \$57 billones de pesos al cierre del año 2022.

## **Sector Cafetero**

### **Mercado del café a nivel global**

De acuerdo con el informe anual de la organización internacional del café (ICO – International Coffee Organization), la producción a nivel mundo del café aumento únicamente un 0,1% para el cierre 2022/2023, y en el mercado se tuvo un descenso mundial del consumo de café en un 2% (**International Coffee Organization, 2023**).

Para el año 2024 se estima que el tamaño del mercado del café se estima aproximadamente en 132,12 MUSD para el 2024, donde los consumidores jóvenes optan por un café más orgánico con el fin de alinearse a un estilo de vida más saludable, de esta manera se sienten más atraídos por las cafeterías que ofrecen este tipo de café, según el informe del mercado mundial del café (**Mordor Intelligence**).

Según el ranking de la consultora Statista, para el año 2023 el principal productor de café en el mundo es Brasil con una producción de 66,300 Sacos, seguido por vietnam con una producción de 27,500 sacos y en tercer lugar Colombia con una producción de 11,500 sacos (**Statista, 2023**)

### **Mercado del café en Colombia**

Para Colombia, el sector caficultor contribuye aproximadamente con el 22% del PIB agrícola para el país, consolidándose como uno de los productos más exportados del país (**Coffee behind the scenes , s.f.**). Durante el segundo semestre del 2024 se registró un aumento del 16% en la producción del café alcanzando así 12,14 millones de sacos, este incremento se atribuye en parte a los cambios climáticos del país especialmente por el fenómeno de la niña beneficiando las cosechas cafeteras y refuerza la recuperación del sector (**Valora Analitik, 2024**)

En relación con el consumo de café en el país, un análisis llevado a cabo por la Federación Nacional del Café muestra que al menos el 88% de los colombianos se deleita con una taza de café semanalmente, formando parte importante de la cultura colombiana (**Portafolio, 2023**), así mismo los consumidores cada vez más prefieren consumir café de calidad (premium), tanto en la compra del producto como el consumo en establecimientos especializados en esta bebida.

### Sector Mascotas

Actualmente la preocupación por el bienestar animal y adopción responsable ha venido en creciente aumento, sin embargo, a pesar de los distintos esfuerzos realizados por fundaciones, personas del común y otras organizaciones el maltrato animal sigue siendo un problema preocupante. De acuerdo con la compañía (**Mordor Intelligence**) el mercado de mascotas ha presentado un incremento positivo, debido a este mismo crecimiento ha aumentado la demanda de productos para el cuidado de mascotas (alimentos, juguetes, ropa, servicios de veterinaria, servicios de guardería, entre otros)

### *Ilustración 5 - Cuidado de Mascotas*



Nota: (**Análisis del tamaño y participación del mercado del café tendencias y pronósticos de crecimiento (2024-2029)**)

El mercado de las mascotas en Colombia ha generado un aumento durante los últimos años, y cerca del 43% de los hogares colombianos tiene una mascota. Este crecimiento permitió que el DANE incluyera los productos del cuidado de mascotas en la medición de la canasta familiar (Bancolombia, 2021). Además, la creciente demanda ha impulsado la diversificación de productos y servicios para mascotas, desde alimentos y accesorios especializados hasta servicios veterinarios, seguros y peluquería.

Este aumento ha reflejado no solo el valor afectivo que los colombianos asignan a sus mascotas, sino también el potencial económico de este sector, que sigue en expansión y adaptación a las nuevas necesidades del mercado. Con una población cada vez más dispuesta a invertir en el bienestar de sus animales, el sector de las mascotas ha consolidado su lugar como un motor importante en la economía del país.

### **3.2 Análisis PESTEL**

#### **Factores políticos**

En el ámbito político, el modelo de negocio se encuentra influenciado por las distintas regulaciones aplicables al sector HoReCa, así como con las normas y leyes aplicables al bienestar animal, puesto que estas políticas influyen en la sostenibilidad del modelo de negocio, por lo cual una se detallan normas y leyes que pueden influir en el negocio:

#### **Leyes y decretos – Sector HoReCa**

- (Ley 2277, 2022) – “*Reforma tributaria para la igualdad y justicia Social*”

Entre los cambios más relevantes de la reforma se destacan los siguientes:

- ✓ Creación de un impuesto a las bebidas con altos contenidos de azúcar y los alimentos ultra procesados
- ✓ Creación del impuestos sobre los plásticos de un solo uso

- ✓ Ajustes en el régimen simple de tributación, donde se incluyen dos nuevos grupos: actividades relacionadas con la atención a la salud humana y la asistencia social.
- (Decreto 539, 2014) – Este decreto establece los requisitos sanitarios para importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano en Colombia, tiene el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria y salud pública.
- (Ley 9, 1979) - Ley que establece los lineamientos para garantizar la salud pública y S.S.T en Colombia, así como la regulación de actividades relacionadas con la salud pública, el medio ambiente y la seguridad alimentaria.
- (Decreto 343, 2021) – Modifica y reglamenta la sección 4 del decreto 1074 de 2015, con el fin de determinar los establecimientos de gastronomía y bares de tipo turístico, dentro de las principales disposiciones del decreto se incluyen: Condición de prestador de servicios turísticos y Registro Nacional de turismo, cumpliendo con una serie de características para obtener la condición.

### **Leyes y decretos – Cuidado y Bienestar animal**

A continuación, se presenta la normativa relacionada con la protección de derechos y bienestar de los animales:

- ✓ (Ley 1774, 2016) - Se establece el marco legal para la protección de los animales reconociéndolos como seres sintientes, recibiendo especial protección contra el sufrimiento y dolor causado por el ser humano. Tipifica sanciones penales (multas o prisión). Adicionalmente fomenta el bienestar animal y promueve la adopción para garantizar una condición de vida adecuada.

Se destaca de igual manera en la Declaración Universal de los derechos de los animales aprobada por la UNESCO y la ONU, establece que el bienestar animal debe ser un criterio común que guíe a personas y naciones, planteando la necesidad de fomentar el reconocimiento y respeto. (World Animal Protection (WAP), 2000)

### Matriz OPAM – Entorno Político

Por medio de la matriz OPAM, se analizan las oportunidades y amenazas del entorno político externo, así como los factores asociados y sus impactos en el entorno.

#### Ilustración 6 - Matriz OPAM Entorno Político

Entorno	Variable	Oportunidad	Amenaza	Impacto			Análisis
				Alto	Medio	Bajo	
Político	Ley 2277 - Reforma tributaria		x	x			Esta reforma genera un aumento en los costos operativos, debido a la inclusión de los impuestos de plástico de un solo uso y bebidas azucaradas, así mismo con el gobierno actual, se evidencia un cambio "Proyecto de Ley 300" en la cual se modifica la tarifa de renta a las empresas
	Leyes de protección animal	x		x			Esta regulación se alinea con la propuesta de valor del modelo de negocio, promoviendo así la seguridad y bienestar de los animales
	Regulación de sanidad y turística		x			x	No se presentan cambios en esta normativa, sin embargo, para el sector turístico y hotelero, al existir posibles cambios, se pueden aumentar la carga administrativa

*Nota: Elaboración propia*

### Factores económicos

La economía colombiana ha tenido un progreso significativo con el fin de lograr un modelo de actividad económica más sostenible, lo cual se puede evidenciar en las disminuciones de los índices de inflación y déficit de la cuenta corriente (FMI, 2024), Siendo Colombia un país con políticas macroeconómicas estables, aún persisten las problemáticas de inequidad económica y falta de empleo.

Se analizan las siguientes variables económicas para el desarrollo del modelo de negocio:

#### ✓ PIB – Producto Interno Bruto:

Para el año 2023, el PIB presentó un cambio porcentual del 0,60% una de las más bajas en los últimos años, exceptuando el 2020 pues este presenta una variación

negativa del -7,2% debido a la crisis sanitaria por COVID-19, (Dirección de Asuntos Económicos - Analdex, 2024)

✓ **Inflación**

La inflación para el año 2023 presento una ralentización del 9,28% a nivel nacional, para Bogotá el indicador cerró en 9,43% siendo superior al promedio nacional. (Departamento Nacional de planeación - DNP, 2023)

✓ **Desempleo**

Con la reactivación económica luego de la pandemia por COVID-19 el porcentaje de población desempleada para el año 2023 se mantenía aun en cifras de dos dígitos (10,2%) lo cual representa desafío importante para la recuperación del mercado laboral. (Departamento Nacional de Planeación - DNP, Diciembre).

Es fundamental considerar los costos de producción y operación entre los cuales se pueden incluir los arrendamientos, compra de muebles y enseres y adecuación de espacios.

**Matriz OPAM – Entorno Económico**

Para los factores económicos, se proporciona un marco con las oportunidades y amenazas y sus impactos en el entorno.

**Ilustración 7 - Matriz OPAM Entorno Económico**

Entorno	Variable	Oportunidad	Amenaza	Impacto			Análisis
				Alto	Medio	Bajo	
Económico	PIB - Producto Interno Bruto		x	x			Tener un crecimiento del PIB muy bajo puede generar una limitación a la demanda, afectando el consumo en el sector, dado que no es un servicio de primera necesidad.
	Inflación		x	x			Una alta inflación genera un incremento en los costos de los insumos, afectando la operación del modelo de negocio
	Desempleo	x	x		x		Este factor puede tener una parte como oportunidad dado que el modelo de negocio generaría empleo lo cual podrá ayudar a una parte del sector desempleado, sin embargo, también forma parte de amenaza dado que al tener una población desempleada no se tendrá el poder adquisitivo para consumir en el café

*Nota: Elaboración propia*

## Factores sociales

Bogotá es una ciudad multicultural donde la población muestra un gran interés por su entorno. La creciente inclinación de los jóvenes adultos de optar por tener mascotas en lugar de hijos ha sido significativa; sin embargo, los costos asociados al cuidado de un animal todavía representan una barrera económica considerable.

La propuesta del modelo de negocio se enfoca en convertirse en un espacio que fomente la conexión comunitaria y ofrezca acceso equitativo a experiencias culturales y de entretenimiento. Al ser asequible para diversos estratos socioeconómicos, se busca aumentar la visibilidad y la concienciación sobre la tenencia y adopción responsable de mascotas.

## Matriz OPAM - Entorno Social

En el entorno actual, donde los factores sociales desempeñan un papel fundamental, se identifican y analizan los impactos del macroentorno que afectan a Miau Lounge

### *Ilustración 8 - Matriz OPAM Entorno Social*

Entorno	Variable	Oportunidad	Amenaza	Impacto			Análisis
				Alto	Medio	Bajo	
Social	Interés en las mascotas por parte de los adultos jóvenes	x		x			Se crea una demanda constante en aquellos jóvenes adultos que no quieren tener hijos y prefieren tener mascotas, por lo cual la tendencia a adoptar es constante
	Costos		x	x			Los costos relacionados con el cuidado de mascotas pueden generar un límite para la capacidad de adopción y tenencia responsable
	Experiencias	x		x			Se puede capitalizar la creciente tendencia de la necesidad de espacios que fomente la interacción social y el bienestar social

*Nota: Elaboración propia*

## Factores tecnológicos

En un mundo donde las diferentes redes sociales se convierten en fuentes de información, transformando de esta manera la forma de comunicarse, por lo cual al integrarlas en estrategias de publicidad y promoción se puede generar mayor visibilidad, así como la interacción con clientes y potenciales clientes.

Por otro lado, se considera la inversión de I+D la cual se puede ver reflejada de la siguiente manera:

- ✓ Apoyo con la inteligencia artificial para la creación de menús interactivos, páginas web y la aplicación para celular de fácil uso para todo público lo cual permitirá incluir temas como; recetas de café y repostería especializada, alimentos y snacks para los felinos, historia de los gatitos rescatados, comunicados, actualizaciones normativas sobre el cuidado animal, solicitud de servicios, gestión de reservas, entre otros.
- ✓ Para apoyar la economía local, la investigación y desarrollo (I+D) debe centrarse en la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo cual implica explorar prácticas agrícolas responsables en la producción de café y trabajar en conjunto con organizaciones de rescate animal locales. Esta colaboración fortalece el compromiso social con la comunidad. La integración entre innovación tecnológica y responsabilidad ambiental no solo mejora la calidad del producto, sino que también construye una imagen corporativa ética y comprometida con la sostenibilidad a nivel local, beneficiando a productores y consumidores. Esto está en línea con el análisis de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

### **Matriz OPAM - Entorno tecnológico**

Los factores tecnológicos son esenciales para el modelo de negocio de *Miau Lounge*, influyendo significativamente en el desarrollo de sus actividades y en su capacidad de mantenerse competitivo en un mercado globalizado. En el análisis OPAM, la tecnología representa una oportunidad para optimizar la experiencia del cliente, desde herramientas de automatización en la gestión de reservas y pedidos hasta aplicaciones interactivas que faciliten la interacción con los mininos y la personalización de servicios. Para mantenerse relevante, *Miau*

Lounge debe enfocarse en la transformación digital e invertir en tecnologías que mejoren su propuesta de valor, contribuyendo a fortalecer la imagen innovadora y atractiva del negocio. Estas inversiones no solo apuntalan el crecimiento sostenible, sino que también permiten adaptarse a las expectativas cambiantes de los consumidores, promoviendo así un perfil competitivo en el sector.

### ***Ilustración 9 - Matriz OPAM Entorno Tecnológico***

Entorno	Variable	Oportunidad	Amenaza	Impacto			Análisis
				Alto	Medio	Bajo	
Tecnológico	Necesidad de I+D	x	x		x		Se puede catalogar como una amenaza, dado que la necesidad de I+D requiere gastos recurrentes demasiado costosos para encontrarse a la vanguardia, así mismo, puede visualizarse como una oportunidad para destacar en el mercado.
	Redes sociales	x		x			Las redes sociales permiten generar un más largo alcance con el público objetivo a lograr
	Desarrollo de menús interactivos y apps con IA	x			x		La implementación de tecnología mejora la experiencia del cliente y permite la personalización de servicios.

*Nota: Elaboración propia*

### **Factores ecológicos**

De acuerdo con la agenda 2030 que representa el compromiso de 193 países a favor del planeta, las personas y la prosperidad la idea de negocio se alinea con diferentes objetivos de desarrollo sostenible (ODS) entre ellos el No. 6 (Agua limpia y saneamiento), 7 (Energía asequible y no contaminante), 13 (Acción por el clima), y 15 (Vida de ecosistemas terrestres) por lo cual al analizar cada una de las variables de sostenibilidad y el impacto social y ambiental que tendría la propuesta tanto en su operación como en la percepción de los consumidores, se demuestra su contribución hacia un desarrollo más responsable y equitativo de la siguiente manera:

- ✓ Prácticas sostenibles: entre ellas se encuentran la gestión correcta de residuos y uso de productos amigables con el medio ambiente
- ✓ Elección de proveedores responsables en una economía sostenible
- ✓ Reducción de la huella de carbono

- ✓ Apoyo a la economía local
- ✓ Programas de tenencia responsable, cuidado y bienestar animal

### Matriz OPAM - Entorno Ecológico

Teniendo en cuenta que el entorno ecológico / ambiental toma relevancia cada vez más en los modelos de negocio, teniendo en cuenta la conciencia y responsabilidad ambiental, adaptarse a estas expectativas implica asumir prácticas responsables y sostenible que minimicen el impacto ambiental, en este sentido, la integración de una estrategia ambiental responsable no solo refuerza la imagen corporativa de Miau Lounge, sino que también fortalece la lealtad de un público cada vez más consciente y comprometido con el bienestar del planeta.

#### Ilustración 10 - Matriz OPAM Entorno Ecológico

Entorno	Variable	Oportunidad	Amenaza	Impacto			Análisis
				Alto	Medio	Bajo	
Ambiental	Practicas sostenibles (ODS)	x			x		Establecer practicas sostenibles desde un inicio ayudará a la imagen de Miau Lounge, atrayendo clientes más conscientes con el medio ambientes
	Proveedores responsables	x			x		propositos y metas del café, fortalecinodo de esta manera la relacion con la comunidad
	Reducción de la huella de carbon	x			x		La implementación de medidas para reducir la huella de carbono refuerza la responsabilidad social del negocio, alineándose con tendencias globales.
	Protección y bienestar animal	x		x			Al promover la protección y el bienestar de los felinos a través de relaciones y vínculos con fundaciones, también se busca generar una mayor conciencia sobre la responsabilidad y el cuidado del entorno.

*Nota: Elaboración propia*

### Factores legales

Se deben tener en consideración los siguientes factores legales que alineado con los factores políticos en cuanto a regulación impactan en la operación del modelo de negocio. Así mismo se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ Regulación de salud y seguridad
- ✓ Licencias y permisos de funcionamiento
- ✓ Regulaciones sobre la protección y bienestar animal
- ✓ Contratos y acuerdos con proveedores, fundaciones y entidades del gobierno
- ✓ Pólizas de responsabilidad civil

Así mismo se debe tener en cuenta los procesos y documentos necesarios para la creación de empresa, entre ellos, el documento privado o escritura pública, procedimientos con la secretaria de hacienda distrital (RIT), DIAN (Nit, Rut), Cámara de comercio, entres otros.

### Matriz OPAM - Entorno Legal

Se identifican en esta matriz los impactos legales que podrían afectar la operatividad de Miau Lounge y las variables analizadas:

**Ilustración 11 - Matriz OPAM Entorno Legal**

Entorno	Variable	Oportunidad	Amenaza	Impacto			Análisis
				Alto	Medio	Bajo	
Legal	Necesidad de licencias y permisos de funcionamiento		x		x		El cumplimiento legal es necesario pero implica tiempo y costos adicionales para obtener y mantener los permisos adecuados.
	Nuevas leyes		x		x		Se consideran como amenaza las posibles leyes futuras, dado el contexto actual del país y la manera en que podrían afectar la viabilidad del negocio.

*Nota: Elaboración propia*

**Ilustración 12 - PESTEL Análisis del Macroentorno MIAULOUNGE**



*Nota: Elaboración propia*

## Análisis de atractividad del Macroentorno para Miau Lounge

### 1. Entorno Político

- **Atractividad:** Las normas y leyes que avala el modelo de negocio y el objetivo de Miau Lounge, se alinean con la creciente sensibilización hacia el respeto de los derechos de los animales, lo cual atraerá a clientes pro-animal.
- **Aspectos por considerar:** Las distintas reformas tributarias que se han realizado en el país y en especial la última reforma puede elevar los costos y gastos para la operación producto de los impuesto a los alimentos ultra procesados y plásticos de un solo uso, lo que puede llegar a afectar el margen de rentabilidad, por lo cual, se debe tener en consideración una variedad de productos que minimice estos insumos y de proveedores locales con alternativas más saludables y sostenibles.

### 2. Entorno Económico

- **Atractividad:** En un país como Colombia con una economía estable y con políticas macroeconómicas que promueven la inversión, se puede generar un aumento en la demanda de experiencias en el café, esto alineado a la proyección del sector HoReCa.
- **Aspectos por considerar:** La gran cifra de desempleo actual y el poco crecimiento del PIB puede limitar el poder adquisitivo de ciertos segmentos, dado que el café no es un servicio de primera necesidad. Por lo cual una de las posibles estrategias es establecer precios asequibles o promociones que atraigan a diversos grupos socioeconómicos.

### 3. Entorno Social

- **Atractividad:** La creciente tendencia de los adultos jóvenes por tener una mascota en lugar de hijos, genera y crea una oportunidad de mercado, donde Miau Lounge podrá posicionarse como uno de los espacios más tranquilos, donde la adopción responsable

y la creación de cultura será el diferenciador, permitiéndole a los jóvenes interactuar con los felinos, y de esta manera incrementar la fidelidad de los clientes y adopciones exitosas.

- **Aspectos por considerar:** Si bien los costos y gastos asociados al cuidado de las mascotas suelen ser altos y pueden representar una barrera de entrada, Miao Lounge ofrecerá espacios, programas y talleres sobre tenencia responsable, además de precios accesibles para cada uno de sus servicios. Esto garantizará la fidelidad de los clientes y un servicio inigualable.

#### 4. Entorno Tecnológico

- **Atractividad:** El uso de las redes sociales como medio de comunicación y publicidad, permitirá generar más visibilidad a Miao Lounge lo que permitirá conectar de manera más emotiva y sencilla con su público objetivo, así mismo se realizará con ayuda de la inteligencia artificial la gestión de reservas, personalizar experiencias y aplicaciones interactivas que compartan la historia de los gatos rescatados crean una propuesta innovadora y distintiva.
- **Aspectos por considerar:** Los costos de inversión en tecnología pueden representar un alto riesgo si no se gestionan adecuadamente. Por ello, se evaluará una implementación progresiva, alineada con el crecimiento de Miao Lounge en el mercado.

#### 5. Entorno Ecológico

- **Atractividad:** Con la creciente conciencia ambiental, el compromiso de Miao Lounge con prácticas sostenibles, proveedores locales y reducción de huella de carbono mejora su atractivo para consumidores responsables. La alineación con los Objetivos

de Desarrollo Sostenible (ODS), como la gestión adecuada de residuos y la elección de proveedores responsables, refuerza una imagen de marca ética que puede fidelizar clientes.

- **Aspectos por considerar:** Implementar prácticas sostenibles podría requerir ajustes en costos y procesos. La adopción de prácticas sostenibles debe equilibrarse con la rentabilidad, procurando transparencia en las acciones ecológicas para demostrar valor a los consumidores.

## 6. Entorno Legal

- **Atractividad:** La regulación en salud, seguridad y bienestar animal establece un marco claro para la operación del negocio, proporcionando estándares que benefician tanto a los clientes como a los animales. Cumplir con estas regulaciones mejora la credibilidad de Miau Lounge y su responsabilidad corporativa.
- **Aspectos por considerar:** Los permisos y licencias pueden ser costosos y demandar tiempo. Es fundamental que Miau Lounge establezca una relación sólida con las entidades reguladoras para cumplir eficazmente con todos los requisitos legales.

### Conclusión sobre la atractividad del macroentorno

El análisis PESTEL realizado indica que el macroentorno de Colombia presenta oportunidades favorables para la inversión en un concepto innovador como Miau Lounge. Factores como el interés social en el bienestar animal, el crecimiento del sector HoReCa, y la apertura del público hacia prácticas sostenibles y éticas fortalecen la atractividad de esta propuesta de negocio.

No obstante, algunos retos incluyen el impacto de impuestos sobre ciertos insumos, los costos de implementación de tecnología, y la necesidad de adaptarse a las normativas de

bienestar animal y salud pública. Para maximizar la viabilidad, Miau Lounge deberá considerar estrategias que reduzcan costos asociados y enfoques escalables para implementar tecnologías e iniciativas sostenibles.

### **3.3 Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

De acuerdo con lo mencionado por Stephanie Michaux, las cinco fuerzas de Porter se centran en las distintas dinámicas que conforman el entorno competitivo de una industria o sector, lo cual es fundamental para establecer el posicionamiento de una compañía en el mercado y generar ventajas competitivas frente a sus competidores. Michaux, S., & Cadiat, A.-C (Las Cinco Fuerzas de Porter : Cómo Distanciarse de la Competencia Con éxito, 2016)

Dentro de las cinco fuerzas, las empresas deben identificar cinco factores estratégicos que forman parte del modelo de Michael E. Porter: Clientes, Proveedores, Productos sustitutos, Nuevos competidores y Competencia, una vez definido cada uno de estos elementos, se debe realizar el análisis de la interacción de las cinco fuerzas: Rivalidad entre competidores, Poder de negociación los proveedores, Poder de negociación de los clientes, Amenaza de productos sustitutos y Amenaza de nuevos entrantes.

Como se menciona en el Harvard Business Review, Michel Porter enfatizaba que entender estas cinco fuerzas permite a las compañías comprender la estructura de su industria o sector maximizando las ganancias y minimizando la vulnerabilidad ante ataques. La ecuación fundamental que rige estas fuerzas es:  $Ganancias = Precio - Coste$ , según el análisis de Joan Magretta, la influencia relativa de estas cinco fuerzas y la estrategia adoptada son determinantes en la rentabilidad potencial de la industria y el entendimiento de impactos directos. (Harvard Business Review, 2012)

#### ***Tabla 1 - Como trabajan las 5 Fuerzas***

LA FUERZA	IMPACTO	¿POR QUÉ?
Si la amenaza de entrada es alta	La rentabilidad es baja	↑ Precios costes ↓
Si el poder del proveedor es alto	La rentabilidad es baja	↑ Precios costes ↑
Si el poder del cliente es alto	La rentabilidad es baja	↓ Precios costes ↑
Si el poder de los sustitutos es alto	La rentabilidad es baja	↓ Precios costes ↑
Si la Rivalidad es Alta	La rentabilidad es baja	↓ Precios costes ↑

*Nota: Five forces porter, Harvard business review (Harvard Business Review, 2012)*

En resumen, las 5 fuerzas compiten por tener una ganancia o rentabilidad, y aquellas que usan las 5 fuerzas pueden identificar si la industria es atractiva y cuáles son los principales puntos de mejora para que el negocio evolucione y sea viable.

**Ilustración 13 - Las 5 fuerzas de Porter MIAULOUNGE**



*Nota: Elaboración propia*

**1. Rivalidad entre competidores existentes:**

La ciudad de Bogotá cuenta con una gran demanda de cafés y cafeterías que compiten por la atracción de clientes, donde los aspectos más importantes en estos establecimientos son la

calidad de los productos y la atención al cliente. Sin embargo, la propuesta de compartir una taza de café y así mismo interactuar con los gatos e incluso la opción de poder adoptar marca una importante diferencia frente a las cafeterías tradicionales. La competencia dependerá entonces del número de establecimientos que cuenten con el mismo servicio o de aquellos que quieran replicar el modelo de negocio. Por ahora, la cantidad de establecimientos que ofrecen este tipo de experiencias son bajos comparada con la población flotante de la ciudad.

Se logra identificar dos competidores potenciales, el primero es Gato Latte, que está en el mismo nicho de mercados de cafés y aperitivos y ofrece el servicio de interacción, siendo un mediador entre las fundaciones y lo clientes para facilitar la adopción de los animales, aunque el punto diferencial frente al modelo de negocio presentado se encuentra con la gato terapia servicio que no prestan y un ambiente más familiar ya que Gato Latte ofrece bebidas alcohólicas. El segundo rival activo es Calico, que se encuentra bajo el mismo mercado de restaurantes, no obstante, únicamente ofrecen terapias e interacción con los animales sin fomentar su adopción, pues los animales que allí conviven son parte del negocio, siendo este último el responsable de su cuidado.

En conclusión, la rivalidad para Miau Lounge en Bogotá es moderada. Aunque existen otras alternativas que presentan algunos elementos diferenciadores, el enfoque de Miau Lounge se centra en crear un modelo sostenible junto a las fundaciones para el cuidado de los animales, trabajando bajo un esquema de apadrinamiento que reduce los costos de manutención. Además, el establecimiento promueve la adopción responsable, lo que lo convierte en el segundo café en Bogotá que opera bajo este modelo. Esto le otorga un valor diferencial en un mercado competitivo, reduciendo la competencia en el nicho específico de Miau Lounge.

## **2. Poder de negociación de los proveedores:**

Los proveedores de alimentos, bebidas y accesorios podrían tener un poder de negociación moderado, teniendo en cuenta que la propuesta de negocio tendrá ingredientes específicos y de alta calidad. Sin embargo, en cuanto a los productos para los felinos (alimentos, arenas, juguetes entre otros) se cuenta con una gran variedad de proveedores que puedan suministrar estos productos, siendo un poder de negociación más bajo. Teniendo en cuenta el modelo de negocio sostenible se enfocará en crear relaciones con proveedores éticos que se alineen con los objetivos sostenibles y que adicionalmente tengan precios justos, de esta manera se podrá mitigar este poder de negociación.

Los comercios actuales que trabajan bajo el mismo modelo de cafetería intentan centrar su poder de negociación en los derivados del café, bien sea por su calidad, sellos, certificaciones, origen de producción, tipo de cultivo, preparación y calidad, sin dejar de lado los productos complementarios, como postres y alimentos, no obstante los Neko cafés tienen el objetivo de mantener esta premisa centrado la atención de los consumidores en el impacto y la conciencia animal, fomentando la adopción o simplemente la interacción, como herramienta para reducir el estrés.

En conclusión, el poder de negociación de los proveedores para *Miau Lounge*, como se mencionó al inicio, es moderado. Actualmente, existe una amplia oferta de proveedores tanto para productos de café, ya que *Miau Lounge* tiene el objetivo de apoyar a pequeños productores, como para artículos exclusivos para gatos. Esto permite mitigar el impacto de depender de un único proveedor. Además, *Miau Lounge* se compromete a establecer relaciones éticas con sus proveedores, garantizando productos de alta calidad y procesos sostenibles. Este enfoque

contribuye a una negociación más equitativa, fortaleciendo la misión del negocio, evitando la dependencia de un proveedor específico y promoviendo una competencia sana.

### **3. Amenaza de nuevos competidores:**

En el modelo de negocio, la entrada de nuevos competidores representa una amenaza Alta, dado que hasta ahora este sector se encuentra en la fase de nicho. Adicionalmente, Bogotá posee un mercado demasiado competitivo en el sector de las cafeterías y espacios pet-friendly, sin embargo, el factor diferenciador que se marca frente a otros establecimientos generaría un interés único para los amantes de los animales sobre todo para la población Cat-Lover.

Se espera que, para los próximos años, el mercado directamente relacionado con las mascotas crezca a dos dígitos, abriendo un mercado más competitivo al actual, confirmando la afirmación de una amenaza alta de nuevos competidores, no obstante, la publicidad de este tipo de negocios es reducida siendo aun desconocido para muchas personas o posibles consumidores.

En conclusión, la amenaza de nuevos competidores para Miau Lounge es alta, dado el creciente interés de la población por los espacios pet-friendly y la posibilidad de que otras cafeterías incorporen elementos que permitan la interacción con animales. Sin embargo, el modelo de apadrinamiento y adopción de Miau Lounge constituye una ventaja diferenciadora significativa. La principal barrera de entrada se encuentra en la creación de un espacio adecuado para convivir con los animales y fomentar la adopción responsable a través de un apadrinamiento que asegura el correcto cuidado y mantenimiento. Este enfoque convierte el modelo de Miau Lounge en uno difícil de replicar por otros cafés, protegiendo parcialmente al negocio de la competencia inmediata gracias a su propuesta única en el sector.

#### **4. Amenaza de productos sustitutos:**

Aunque las cafeterías tradicionales pueden considerarse productos sustitutos, la experiencia de convivir con gatos y la posibilidad de adoptarlos es exclusiva de unos pocos negocios, lo que hace que la amenaza de productos sustitutos sea baja, ya que es improbable que los clientes encuentren una alternativa directa en el mercado actual. Algunas ofertas de entretenimiento o actividades relacionadas con mascotas, como los parques temáticos, podrían representar una amenaza indirecta.

En conclusión, la amenaza de productos sustitutos para Míau Lounge es baja, ya que los cafés tradicionales no ofrecen la misma experiencia de interacción y adopción de animales. Aunque existen algunos espacios pet-friendly, la relación afectiva y el vínculo emocional que se genera con la posibilidad de interactuar y adoptar gatos es una propuesta difícil de replicar en el sector, especialmente en la zona donde Míau Lounge tiene alcance. Otro factor que contribuye a la baja amenaza de sustitutos es el servicio de niñero para gatos, que crea un punto de contacto confiable para cuidar a los animales en el domicilio de sus propietarios. Este servicio reduce el nivel de estrés de los gatos y ofrece alternativas de seguridad, brindando tranquilidad a los propietarios, lo que también es difícil de replicar por otros competidores.

#### **5. Poder de negociación de los compradores (clientes):**

En el modelo de negocio, el poder de negociación de los clientes es moderado, dado que tienen diversas opciones donde gastar su dinero. Sin embargo, al ofrecer un servicio excepcional y experiencias diferenciadoras, es probable que estén dispuestos a pagar el precio y convertirse en clientes leales al modelo y a la marca.

En conclusión, se puede determinar que el poder de negociación de Míau Lounge es favorable, ya que, aunque existen opciones para disfrutar de un café en Bogotá, la diferenciación

del modelo de negocio basado en la interacción, adopción y cuidado de gatos proporciona un espacio único para los amantes de estos animales dispuestos a pagar por la experiencia. Miau Lounge tiene la capacidad de fidelizar a sus clientes a través de experiencias como la *gato terapia*, la adopción, el servicio de niñera y el apadrinamiento, lo que fortalece el vínculo con los clientes y reduce el impacto de la relación servicio-precio.

### Matriz de valoración microentorno Porter

*Ilustración 14 – Matriz de valoración cinco fuerza de Porter*

LEYENDA	
Relación positiva	1
Relación negativa	0

**MATRIZ VALORACIÓN 5 FUERZAS DE PORTER PARA MIAU LOUNGE**

Alta rivalidad entre los competidores	Valoración	Alta amenaza de nuevos competidores	Valoración	Alta amenaza de productos sustitutos	Valoración	Alto poder de negociación de los proveedores	Valoración	Alto poder de negociación de los clientes	Valoración
Número de competidores	0	Niveles de precios	1	Cantidad de productos sustitutos	0	Cantidad de proveedores	0	Nivel de organización	1
Tamaño de los competidores	0	Niveles de inversiones	1	Aceptación de los productos sustitutos	0	Concentración de proveedores	0	Nivel de información	0
Crecimiento del sector	0	Economías de escala	0			Variedad de artículos sustitutos	0		
Diferenciación del producto	1	Lealtad de los clientes	1			Estructura de canales de distribución	1		
Concentración del mercado	1	Expertise acumulado	1			Servicio de atención	1		
Elasticidad del producto	1	Acceso a los canales de distribución	1						
		Barreras políticos-legales	0						
Promedio	0.50		0.71		0.00		0.40		0.50

1	AYUDA A UNA ALTA RIVALIDAD EN ROJO POR QUE NO CONVIENE
0	ACTUA NEGATIVAMENTE EN LOGRAR UNA ALTA RIVALIDAD NOS CONVIENE

*Nota: Elaboración propia*

#### 1. Rivalidad Moderada entre Competidores (0.50):

La competencia en el sector es significativa, con un número relevante de competidores y cierta diferenciación de productos, lo cual podría reducir las posibilidades de un nuevo negocio de Cat-Café para sobresalir sin una propuesta diferenciada. Sin embargo, la elasticidad del producto (capacidad de los precios de adaptarse a la demanda) es un factor que podría permitir flexibilidad en la estrategia de precios.

## 2. **Alta Amenaza de Nuevos Competidores (0.71):**

La entrada de nuevos competidores representa una amenaza alta, especialmente debido a los niveles de inversión requeridos y la facilidad para acceder a canales de distribución. Sin embargo, las barreras político-legales y las economías de escala tienen un impacto menor, lo que sugiere que la entrada al mercado no es extremadamente complicada. Esto puede ser positivo para un nuevo negocio como un Cat-Café, ya que las barreras no son particularmente restrictivas.

## 3. **Amenaza Baja de Productos Sustitutos (0.00):**

La amenaza de productos sustitutos es baja, lo cual es ventajoso. La cantidad y aceptación de productos sustitutos no afectan significativamente, indicando que los clientes no tienen alternativas directas que reemplacen la experiencia única de un Cat-Café. Esta fuerza baja sugiere que la propuesta de valor puede diferenciarse y captar interés sin riesgo de ser sustituida fácilmente.

## 4. **Poder Moderado de Negociación de los Proveedores (0.40):**

El poder de los proveedores es moderado, con algunos factores como la variedad de artículos sustitutos y la concentración de proveedores teniendo una leve influencia. Sin embargo, el servicio de atención y la disponibilidad de alternativas mitigan esta fuerza, indicando que la dependencia de los proveedores no es alta. Esto puede facilitar la gestión de costos y una estructura de suministro más flexible.

## 5. **Poder Moderado de Negociación de los Clientes (0.50):**

Los clientes tienen un poder de negociación moderado, debido al nivel de organización y disponibilidad de información sobre otras opciones de ocio. Esto podría requerir estrategias para captar y fidelizar clientes, pero no representa una barrera insuperable.

## Conclusión:

El análisis de las cinco fuerzas de Porter muestra que el microentorno para el modelo de Miau Lounge razonablemente favorable. Las amenazas significativas provienen de la rivalidad entre competidores y el poder de negociación de los clientes, pero ambos factores son moderados. La baja amenaza de productos sustitutos y un entorno de proveedores relativamente manejable crean un contexto atractivo para la entrada de un nuevo negocio en el sector. Las condiciones actuales de los oferentes permiten que un nuevo concepto como un Cat-Café pueda ingresar al mercado con una propuesta diferenciada y, posiblemente, con éxito si se implementan estrategias efectivas de marketing y fidelización.

### 3.4 Estrategia del océano azul

La idea de negocio está enfocada en ofrecer espacios acogedores y únicos para los amantes de los gatos y el café, se centra en ir más allá de los cafés tradicionales y los cat-cafés existentes, creando de esta manera conexiones únicas con los consumidores, en espacios de relajación e interacción con los gatos, esta propuesta crearía un “océano azul” redefiniendo así los límites del mercado tradicional y estableciendo un valor distintivo en el nicho de mercado.

#### *Ilustración 15 - Estrategia del Océano Azul*



*Nota: Elaboración propia*

Para el desarrollo estratégico del océano azul se utilizan las cuatro acciones eliminar, reducir, incrementar y crear, esto con el fin de retar el mercado tradicional de cafeterías y cat cafés que hay en la ciudad de Bogotá y de esta manera generar una nueva curva de valor, aplicando estas variables se obtiene que:

✓ **Eliminar:**

- Competencia con cafeterías tradicionales: descartar las cafeterías que no priorizan al consumidor y no generan valor ni experiencia, eliminando aspectos que no contribuyan a una armonización de espacios.
- Ambientes informales: sustituir la ambientación informal por ambientes donde los gatos y los consumidores tenga un espacio relajado y tranquilo para compartir.
- Productos comerciales y a bajo costo: Suprimir la oferta de productos convencionales de baja calidad y bajo costo, y que no tienen una diferenciación alguna en el mercado.
- Distracciones tecnológicas: eliminar el enfoque desmesurado que se tiene con el uso de la tecnología, y de esta manera promover una desconexión paulatina y un enfoque más consciente del ambiente y su entorno

✓ **Incrementar:**

- Experiencia y satisfacción del consumidor: Aumentar la calidad de la experiencia no solo con el entorno físico si no con la calidad del servicio y los productos, así mismo como generar actividades y espacios de interacción entre humanos y gatos.

- Ofertas de productos: Incrementar la oferta de productos premium, así como productos saludables y únicos para los gatos, entre ellos arenas amigables con el medio ambiente.
- Relación con ONG: Aumentar la confianza y relación con fundaciones y ONG con el fin de generar alianzas para la adopción responsable y el bienestar animal

✓ **Reducir:**

- Enfoque de productos de cafetería: Disminuir las opciones comunes del menú (cafés comunes y que no generen valor, así como productos de repostería), de esta manera enfocarse en una oferta más selecta
- Cifras de abandono en la ciudad de Bogotá: Como principal objetivo del café es reducir las cifras de abandono mediante el programa de adopción ofrecido por MiauLounge, así como la concientización del bienestar y responsabilidad animal.
- Dependencia de publicidad tradicional: Reducir la publicidad tradicional y utilizar los medios de comunicación más alternativos (TikTok, Instagram) estas redes sociales actualmente, emplean piezas publicitarias más atractivas al público.

✓ **Crear**

- Espacios interactivos con gatos y ambientes temáticos: crear experiencias personalizadas, con cada uno de los gaticos, espacios temáticos entre otros.

- Fandom de gatos: crear un club de gatos donde se genere una apropiación en la comunidad respecto al bienestar animal y de esta manera contribuir a la disminución del abandono animal en la ciudad
- Programas de concientización animal y espacios de adopción, cuidado y terapia: crear espacios destinados al bienestar animal y adopción responsable, así como talleres sobre el cuidado felino y actividades grupales.

Aplicando las cuatro acciones estratégicas, se generará unos beneficios dado que no solamente será un lugar para tomar o comer algo, si no como un centro de interacción creando espacios y experiencias invaluable, dentro de estos beneficios se encuentran los siguientes:

- Sostenibilidad y responsabilidad social: relacionado con el aumento en porcentajes de adopción, el fomento por el respeto y la vida animal, así como la generación de empleo con condiciones dignas y justas para cada colaborador de MiauLonge
- Retención y satisfacción del cliente: Los servicios, productos y experiencias personalizadas atraerán nuevos clientes generando la fidelización de estos, mediante las conexiones emocionales que se quiere lograr con los felinos

## **4. ESTUDIO PILOTO DE MERCADO**

### **4.1 Análisis y estudio de mercado:**

Con la creciente tendencia de tenencia de mascotas y el amor a ellas, se han generado espacios innovadores como los cat – cafés, o la yoga con cachorros, proporcionando experiencias únicas y diferenciadoras, el modelo de negocio combina el amor por el café y por los animales, para esto se requiere llevar a cabo un análisis de mercado, separando los perfiles cuantitativos y cualitativos de los consumidores, y de esta manera identificar y comprender de mejor manera los usuarios/clientes potenciales.

Dentro de perfil cualitativo se puede clasificar , los intereses, las necesidades, el comportamiento, y lo que motiva a las personas para continuar consumiendo, por otra parte, en perfil cuantitativo, considera la demografía o ubicación estratégica del negocio, el uso de tecnología y la frecuencia de uso.

Considerando el modelo de MiauLounge que pretende implementar un estilo de negocio poco común al tradicional, es posible considerar las siguientes características para cada uno de los factores que son parte este análisis.

#### **Perfil Cualitativo:**

##### **1. Intereses:**

- Protectores de los animales
- Amantes de los gatos
- Personas que disfrutan de tomar un buen café y son parte de la cultura cafetera
- Buscan una terapia alternativa que aporte a su bienestar emocional
- Personas con responsabilidad social que quieren ayudar en la reducción del índice de animales sin hogar.

- Personas que requieren un cuidado vigilado de sus mascotas que les genere seguridad y tranquilidad.

## **2. Necesidades**

- Necesidad de un espacio para tomar un café
- Necesidad de compartir con los animales que me gustan, en compañía de personas que me agradan.
- Buscar una alternativa distinta para adoptar un felino.
- Conocer un espacio que ofrece la seguridad de cuidar a mi gato cuando estoy fuera por periodos extensos
- Deseo de formar parte de una comunidad que ama los gatos

## **3. Comportamiento**

- Personas que se sienten comprometidas con el bienestar animal
- Compromiso con la adopción y el cuidado responsable.
- Buscan un ambiente seguro.
- Son propensos a compartir la ambientación e lugares diferentes en las redes sociales

## **4. Motivaciones**

- Disfrutar de un ambiente tranquilo
- Disminuir su nivel de estrés mediante la interacción con gatos
- Tener la opción de adoptar un gato y generar una mejor conexión con los felinos.
- Contribuir socialmente al cuidado de animales que estuvieron en estado de abandono.

## **Perfil Cuantitativo:**

### **1. Demografía:**

- **Edad:** El nicho principal son las personas de 18 a 35 años, no obstante, el modelo de negocio también está enfocado en atraer familias y adultos mayores que quieran formar parte de la comunidad.
- **Género:** Abierto a todos los géneros
- **Nivel Educativo:** Variado, desde estudiantes universitarios, hasta técnicos y profesionales.
- **Ingresos:** Personas de ingresos medios altos y altos, dispuestos a gastar en una experiencia única.

### **2. Frecuencia de Visita:**

- Se esperan visitas regulares, de estudiantes y trabajadores que tengan un tránsito constante por la zona.
- Clientes ocasionales como familias y adultos mayores que quieran vivir una experiencia distinta los fines de semana.

### **3. Gasto promedio**

- Se espera que el gasto promedio entre \$15,000 COP y \$35,000 COP en el consumo de productos parte de la cafetería.
- Se espera un gasto promedio entre \$20,000 y \$250.000 COP en productos y accesorios para gatos.

Se presenta a continuación los dos perfiles de clientes potenciales:

## Perfil 1: Jóvenes Profesionales y Estudiantes

Cualitativo:

- Intereses: Amantes de los gatos. Valoran el tiempo de calidad y las experiencias diferentes.
- Estilo de vida: Urbano, con un ritmo de vida acelerado. Quieren lugares donde puedan relajarse y desconectarse.
- Valores: Comprometidos con el bienestar animal y las causas sociales.

### Justificación de la Elección

1. **Gatos:** Ambos perfiles valoran la interacción con estos animales, y su cuidado
2. **Experiencias Únicas:** Los jóvenes profesionales y estudiantes buscan experiencias distintas que les permita compartir en la redes sociales la originalidad del ambiente
3. **Compromiso Social:** Comprometidos con causas sociales, asociadas al cuidado responsable de los animales

### 4.2 Tendencias del mercado

Los cat-cafés actualmente se encuentran en auge con un crecimiento a nivel mundo bastante importante, impulsado por el interés de compartir con los felinos, y disfrutar de estas experiencias, a continuación, se describen algunas de las características más sobresalientes en este mercado:

- Expansión Global: Los Neko cafés surgen en el continente asiático, se expande este modelo de negocio en Europa, y América.
- Bienestar Animal: Se agrega un valor social al impulsar la adopción y la tenencia responsable de mascotas.

- Preferencias por espacios relajantes: los consumidores buscan espacios que sean relajantes donde sus experiencias sean muy tranquilas y enriquecedoras.
- Consumo responsable: actualmente la comunidad más joven se inclina por establecimientos sostenibles y con un sentido de responsabilidad con el medio ambiente.

#### **4.2.1 Segmentación de mercado objetivo**

Catfe - MiauLonge estará centralizado la promoción de tenencia y adopción responsable, así como el bienestar animal de los felinos, así mismo ofrecerá espacios diseñados para la interacción entre los consumidores y los felinos, entre los servicios que se prestarán se encuentran las actividades educativas, las consultas veterinarias, jornadas de adopción, de esta manera se genera un compromiso social el cual se enfoca en la reducción en el maltrato y abandono de los animales en la ciudad, uno de los factores diferenciadores será el servicio de niñera para los felinos, el cual brindará soporte a aquellos clientes que viajan y no tienen una persona de confianza para dejar el cuidado de su felino.

#### **Planteamiento de la hipótesis**

La propuesta de Catfe – MiauLonge busca no solo mejorar el bienestar animal, sino también fomentar una cultura de respeto y responsabilidad en el cuidado de los gatos. A través de la creación de espacios recreativos y pet-friendly para los consumidores, el negocio pretende ofrecer una experiencia única que, además de ser atractiva, genere beneficios económicos sostenibles. Esta combinación de valores hace que el proyecto se posicione no solo como un café, sino como un espacio comprometido con el bienestar animal y la concientización social. En este sentido, se presenta el siguiente mapa de empatía:

Ilustración 16 - Mapa de empatía - Cat lovers

# Mapa de Empatía



*Nota: Elaboración propia*

Realizada la segmentación de clientes y el mapa de empatía, se presenta a continuación el perfil persona, el cual refleja las características clave del cliente ideal. Este perfil se ha construido considerando las motivaciones, intereses (gustos y aficiones), deseos y estilo de vida del Cat Lover. Así mismo, incluye la biografía con dato demográficos, como edad, género, estado civil y educación.

## Ilustración 17 - Perfil persona – Cat Lover

### PERFIL PERSONA

 <p>CAT LOVER</p>
<b>BIOGRAFÍA</b> Personas empáticas, con sentido de responsabilidad y cuidado por los demás, especialmente con los animales, suelen compartir su tiempo con los gatos, ya sea en su hogar o en espacios dedicados a los felinos.
Edad: 25 - 40 años
Sexo: Femenino y Masculino
Estado civil: Solteros
País: Colombia - Bogotá D.C
Educación: Profesionales

#### MOTIVACIONES

- Amante de los animales
- Experiencias personales
- Apoyo emocional
- Interés en la cultura felina y su comportamiento
- Amor y apreciación por los animales
- Preocupación por el medio ambiente

#### INTERESES

- Le gusta socializar con otras personas
- Comparte fotos y experiencias en sus redes sociales
- Apoyan los negocios que se preocupan por el bienestar animal

#### GUSTOS Y AFICCIONES



ARTE



FOTOGRAFÍA



VIAJAR



NEGOCIOS



LEER



MÚSICA

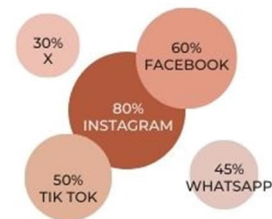
#### DESEOS

- Tiempo de calidad con los felinos
- Estabilidad financiera para tener gatos con una excelente calidad de vida.
- Tener productos de alta calidad que sean diseñados específicamente para los gatos
- Fortalecer el vínculo emocional con los felinos.

#### ESTILO DE VIDA

- Es una persona moderna
- Adapta su espacio para que sea seguro y acogedor
- Trabaja de manera remota
- Está dispuesta(o) a pagar un poco más por una experiencia excepcional
- Es activa(a) en las redes sociales

#### USOS REDES SOCIALES



*Nota: Elaboración propia*

### 4.2.2 Descripción de los consumidores

En el proceso de investigación, se realiza el desarrollo de una encuesta a los posibles consumidores de MiauLounge , con el fin de validar la viabilidad de la idea de negocio y así mismo ajustar los servicios y productos de acuerdo con sus preferencias y tendencias de consumo. Para la aplicación de la encuesta, se utilizó un formulario de Microsoft forms, el cual permite la recolección de información de manera ordenada, el enfoque de la encuesta fue de tipo cualitativo con el objetivo de obtener información estadísticamente relevante sobre las preferencias y percepciones de los consumidores potenciales de Catfe – MiauLounge.

Durante el proceso de recolección de información de los potenciales consumidores se realiza el proceso de validación a través de una encuesta, la cual tiene la siguiente ficha técnica:

**Tabla 2 - Ficha Técnica – Encuesta Café MiauLounge**

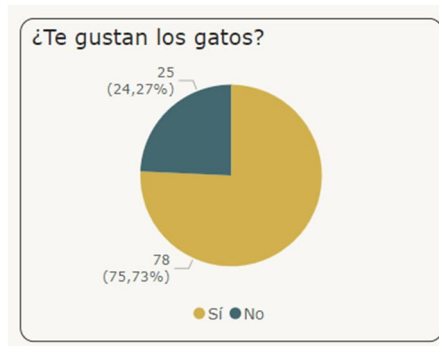
<b>Objetivo:</b>	Identificación de patrones y tendencias clave, sobre las preferencias y expectativas de consumo de clientes potenciales, además de entender las características demográficas los encuestados con el fin de validar el modelo de negocio
<b>Universo:</b>	Hombres y mujeres mayores de 18 años, interesados en espacios pet-friendly y preocupados por el bienestar animal
<b>Recolección de Datos:</b>	Encuesta online de la aplicación Forms, distribuido en redes sociales y redes de colaboración de trabajo (teams)
<b>Tamaño de muestra:</b>	100 encuestados
<b>Período de recolección:</b>	26 de agosto del 2024 - 27 de septiembre del 2024
<b>Instrumento de recolección:</b>	Cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas (selección múltiple)
<b>Principales variables</b>	<p><b>Datos demográficos:</b> Rango de Edad, Nivel de estudios, Ingresos, Ocupación, localidad donde vive</p> <p><b>Preferencias de consumo:</b> Frecuencia de visitas a un café, tipo de bebida de consumo, tipo de alimentos de consumo,</p> <p><b>Preferencias a los gatos:</b> interés en la adopción, gastos en el cuidado de mascotas, preocupación por el bienestar animal</p> <p><b>Experiencia:</b> Conocimiento sobre la gatoterapia, interacción con los gatos, servicios de niñera, costos</p> <p><b>Competencia:</b> Cafeterías tradicionales y otros cafés similares con la misma percepción o reconocimiento, recomendaciones y sugerencias</p>

*Nota: Elaboración propia*

### **Resultados de las Encuestas**

Se estableció una variable media de 100 encuestas, de las cuales se obtuvieron respuestas de 103 (103%) de la muestra objetivo, fueron completadas. Se muestran los resultados por las principales variables de la encuesta:

### **Ilustración 18 - Gusto por los gatos**



*Nota: Elaboración propia – Encuesta Catfe MiauLonge*

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 75,73% de los encuestados confirman su gusto por los gatos, lo cual respalda la viabilidad de la idea de negocio y sugiere un alto nivel de interés por estos animales. Este dato es especialmente relevante, ya que indica una predisposición positiva hacia el concepto de Miau Lounge, donde el principal atractivo es la interacción con felinos en un ambiente relajado y amigable. Este nivel de afinidad hacia los gatos sugiere que los clientes no solo estarán dispuestos a visitar el café, sino que también podrían convertirse en clientes recurrentes, motivados por el cariño hacia los felinos y la experiencia única que el establecimiento ofrece.

#### **Datos demográficos**

**Rango de edad:** Se evidencia que la mayoría de encuestados se encuentran en un rango de edad de 26-40 años con un resultado del 76,70%, seguido por un 14,56% para el rango de edad de 18-25 años.

**Nivel de estudios:** Los resultados evidencian que la población encuestada tiene un nivel de estudios de postgrado con una participación del 37,86% sobre el total de la muestra, seguido de los profesionales con un 29,13% y técnicos y tecnólogos con el 14,56%.

**Ingresos familiares:** Se puede evidenciar que los ingresos familiares que se encuentran en el rango de 3 a 4 SMMLV es el predominante con un resultado del 37,86%, seguido de los

que tienen ingresos de más de 6 SMMLV con un resultado del 25,24% y en el tercer puesto los que tienen ingresos entre 1 a 2 SMMLV con un resultado del 21,36%.

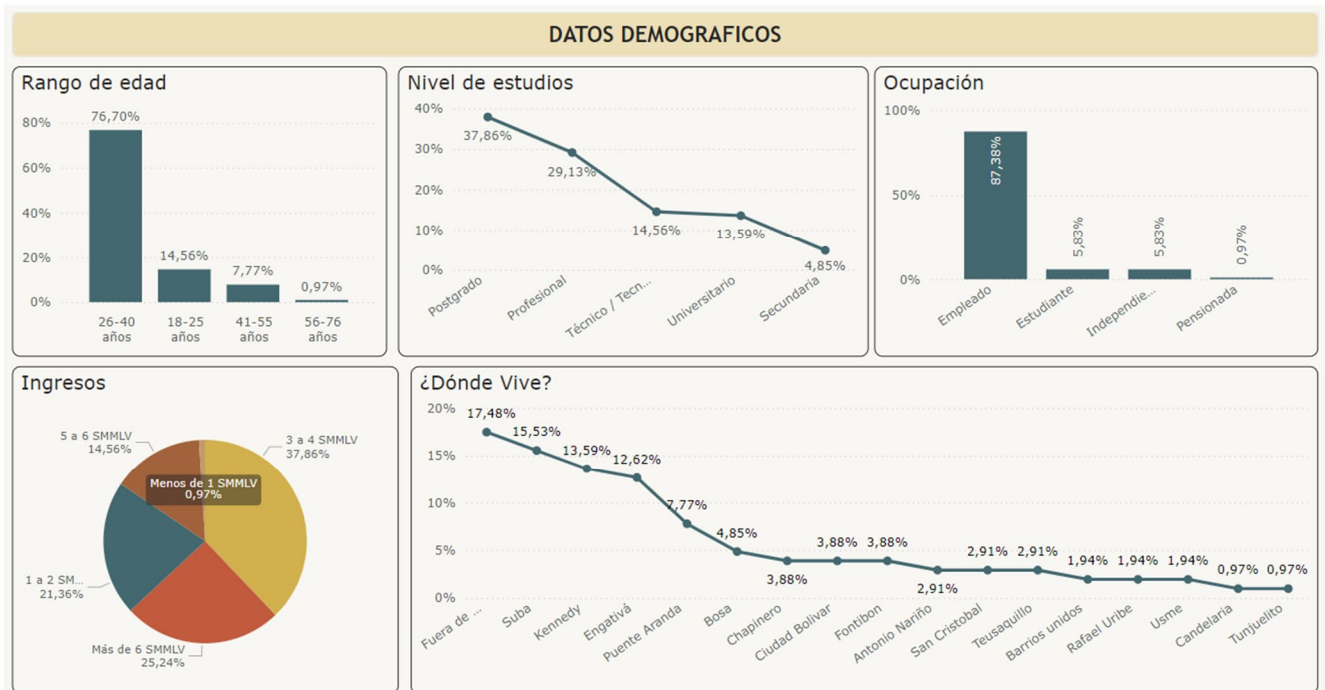
**Ocupación:** La mayoría de la población encuestada tienen un rol de empleados, lo cual representa un 87,38% de la muestra.

**Localidad:** De acuerdo con los resultados, el lugar de residencia predomina con aquellos que son fuera de la ciudad (Chía, Soacha, Facatativá, Madrid y La Calera) y otras ciudades como Medellín, adicionalmente las localidades donde viven los consumidores son en Suba, Kennedy y Engativá

De acuerdo con la segmentación y el perfil de los clientes objetivo, el 76% de los encuestados se encuentran en el rango de edad de 26-40 años y presentan altos niveles de educación superior, lo que sugiere que el público de Miau Lounge está dispuesto a invertir en experiencias con un valor añadido. Esto respalda la propuesta de un ambiente premium y exclusivo, donde, además de disfrutar de un buen café, los clientes puedan participar en interacciones significativas con los felinos y en talleres especializados.

Asimismo, el nivel de ingresos observado indica que una parte importante de los clientes potenciales cuenta con la capacidad adquisitiva para acceder a este tipo de establecimientos. Es crucial también asegurar que aquellos clientes que residen fuera de Bogotá, en municipios de Cundinamarca como Chía, Soacha y Facatativá, sientan el interés de visitar el café para disfrutar de una experiencia única. Esto no solo fortalecerá el reconocimiento de Miau Lounge en Bogotá, sino que también ampliará su alcance en el departamento, posicionándolo como un referente en experiencias temáticas y bienestar animal.

## Ilustración 19 - Resultados - Variables demográficas



Nota: Elaboración propia – Encuesta MiauLounge

### Datos de preferencia de consumo

**Frecuencia de visita:** Aproximadamente más de la mitad de los encuestados

(Ocasionalmente, una vez a la semana y varias veces al mes) muestran una alta afinidad con la visita a los cafés, siendo un segmento clave para el modelo de negocio, puesto que representaría a los consumidores leales a la marca, interesados en la interacción con los gatos.

### Tipo de bebidas consumidas:

- **Café:** El predominio por el café está representado por el 66,02% del total de los encuestados, siendo la bebida favorita a consumir por los potenciales clientes, lo cual indica que dentro del menú debe incluirse una amplia oferta con relación al café.
- **Otras bebidas:** En esta categoría, los encuestados que le gustan las infusiones y las bebidas con chocolate destacan la necesidad de tenerlas incluidas en el

menú. Adicionalmente, se considera las bebidas alcohólicas como complemento derivado de las bebidas a base de café, se descarta ofrecer bebidas alcohólicas como opción de venta directa (botellas de cerveza, whiskey, aguardiente, alcohol en general) ya que el modelo de negocio se enfoca en crear un ambiente pet-friendly y tranquilo, alejado de ruidos o distracciones que podrían incomodar a los animales y a los clientes que buscan un espacio relajado.

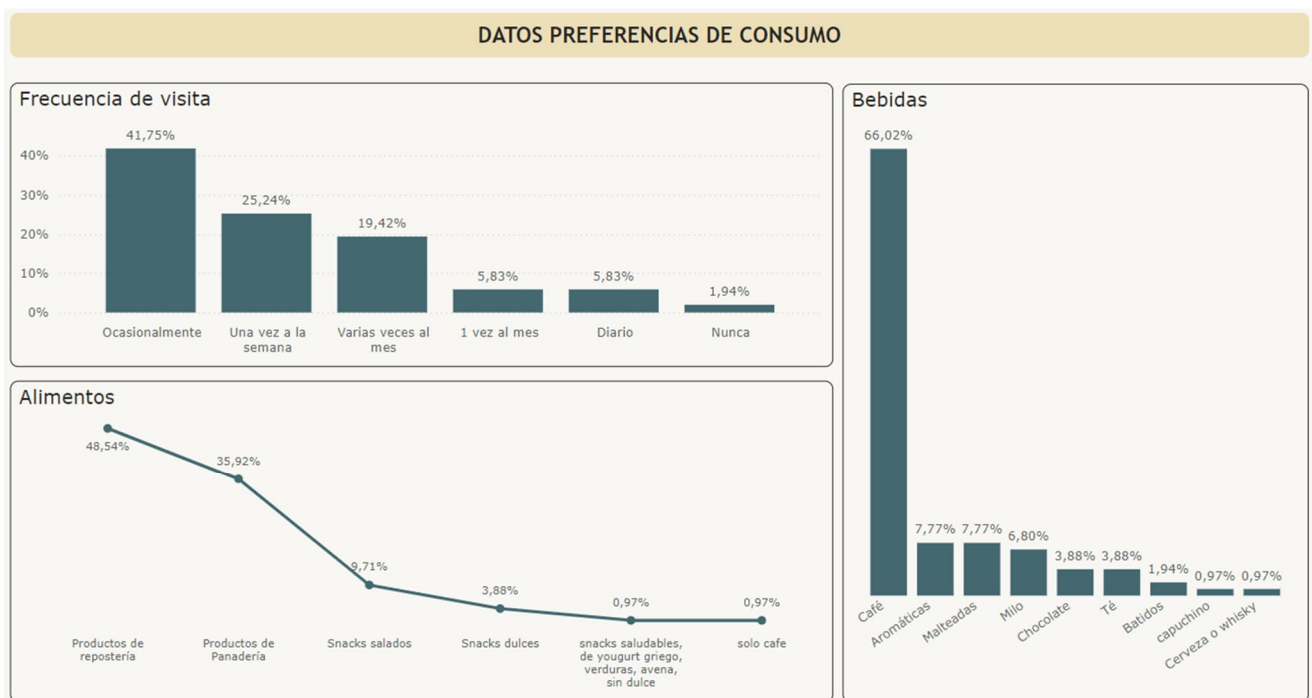
### **Tipos de alimentos consumidos:**

- **Panadería y repostería:** Se puede evidenciar un predominio por el gusto de los productos de panadería y repostería, lo cual sugiere que MiauLounge deberá incluir una amplia gama de productos de panadería y repostería de alta calidad, incorporando sabores, estilos y presentaciones con el fin de fortalecer la experiencia con el cliente.
- **Snacks:** Aunque representa aproximadamente un 13% del total de los encuestados, es importante contar con una variedad de snacks dulces, salados y saludables, lo cual permitirá satisfacer este rango de consumidores, alineándose de esta manera con las tendencias actuales.

La inclinación por el café (66%), la panadería y repostería de alta calidad refuerzan la necesidad de tener un menú gourmet que, además de satisfacer el gusto del cliente, aporte una experiencia superior a la de otros cafés. La inclusión de infusiones y productos de panadería elaborados especialmente para Miau Lounge podría servir como atractivo clave frente a otras propuestas.

Asimismo, la frecuencia de visita es un factor clave, ya que más del 86% de los encuestados planea visitar el café de forma regular. Esto no solo asegura la fidelización de los clientes y un alto flujo de visitas, sino que también contribuye significativamente a la promoción de la adopción responsable y de los diversos servicios que Miao Lounge ofrecerá. Esta alta frecuencia de visitas respalda de manera positiva la propuesta de valor, al permitir que los clientes se familiaricen más con el espacio y se involucren en iniciativas de bienestar animal, convirtiendo a Miao Lounge en un lugar de referencia tanto para el entretenimiento como para el apoyo a la adopción responsable.

**Ilustración 20 - Frecuencia de visita, bebidas y alimentos en un café**



*Nota: Elaboración propia – Encuesta MiaoLounge*

## Datos de preferencias a los gatos

**Lugar para compartir con los felinos:** De acuerdo con los resultados el 66,99% de los encuestados estarían dispuestos a compartir el espacio con los gatos, lo cual respalda de manera positiva la propuesta del café para gatos.

**Adopción:** Aunque un gran porcentaje de los consumidores encuestados ya tienen mascota (47,57%) es relevante para la propuesta del café, dado que es un público al que le gustan los animales y compartirían con ellos un espacio de interacción. Por otro lado, el 24% considera adoptar y el otro 24% no le interesa adoptar, con este último segmento de encuestados si bien, no están interesados en la adopción es importante que en el espacio del café se sientan cómodos y conozcan la importancia social de la adopción responsable, los cuales pueden ser multiplicadores de la información.

**Gastos asociados al cuidado de mascotas:** En relación con el gasto para el cuidado de las mascotas las personas de este grupo de encuestados (42,72%) tienen un gasto inferior a los COP\$150.000 por lo cual MíauLounge debe evaluar la inclusión de accesorios, comidas y arenas a bajo costo y de buena calidad con el fin de satisfacer este sector, así mismo el 37% asigna entre un rango de COP\$151.000 y COP\$300.000, con lo cual se podrían ofrecer ofertas un poco más premium a este sector.

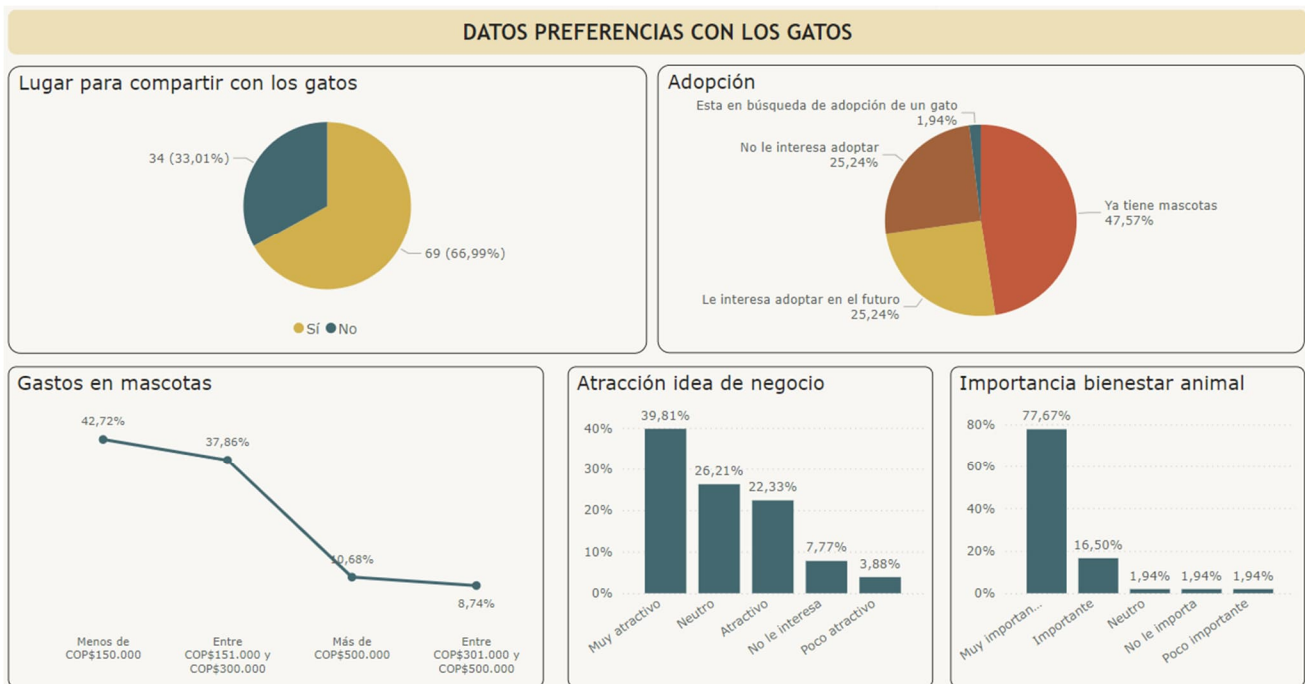
**Atracción a la idea de negocio:** En esta categoría se realiza la validación de la propuesta de valor, donde se logra evidenciar una respuesta muy favorable con más del 50% de atracción hacia el modelo de negocio, lo cual genera confianza para continuar con la creación de MíauLounge

**Bienestar animal:** Uno de los puntos más importantes para la propuesta, es la preocupación de la población con el bienestar animal, se destaca que más del 80% de las

personas encuestadas les parece importante y muy importante este tema, siendo el eje central para el café, lo cual permitirá llevar a cabo su modelo de negocio.

Teniendo en cuenta la creciente preocupación por el planeta y la defensa de los derechos de los animales, Miau Lounge con su propuesta de valor se posiciona como un espacio donde el bienestar de los gatos es lo primordial, destacando su compromiso social, y la conexión entre el consumidor y el felino, generando de esta manera un factor diferenciador frente a los otros cafés.

**Ilustración 21 – Datos de preferencias**



*Nota: Elaboración propia – Encuesta MiauLounge*

**Experiencia**

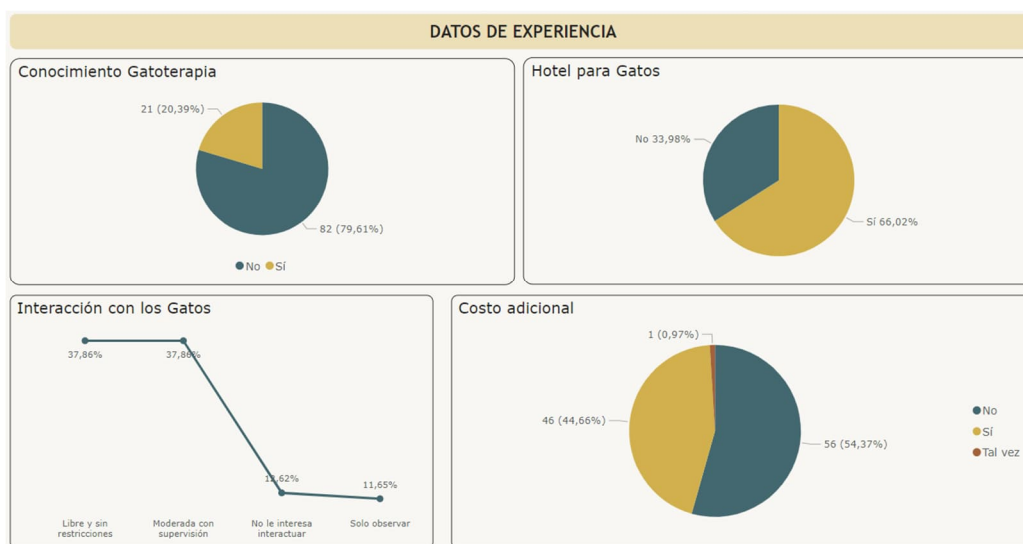
Como oportunidad y diferenciador frente a otros establecimientos de este tipo, es el desconocimiento sobre la gatoterapia, lo cual apoya fuertemente esta línea alterna del modelo, lo que puede generar mejores relaciones con los felinos y así mismo ayudar con los tratamientos de enfermedades mentales como el estrés, la ansiedad y depresión. Así mismo como otra línea

alternativa se encuentra el hotel para gatos dado que al 66% de la población le gustaría contar con este servicio.

Por otro lado se evidencia que la respuesta obtenida en relación con la interacción con los felinos bastante aceptable y positiva, en la interacción con los felinos el 37,86% de los encuestados quisieran que fuera esta interacción libre y sin restricciones, el otro 37,86% quiere una interacción moderada con supervisión, por lo cual es muy bien recibida esta aceptación y se alinea con la propuesta valor del modelo de negocio, por otro lado, hay una desfavorable aceptación en relación con los costos adicionales para la entrada de MiauLounge con un 54,37% de los encuestados, no estarían dispuestos a pagar un costo además, sin embargo es una oportunidad para establecer precios que se encuentren dentro de los rangos aceptables del consumidor y que permitan cumplir el sentido social hacia los gatos.

Es importante destacar el compromiso social que Miau Lounge desea adquirir frente al bienestar animal y tenencia responsable, buscando ser un referente en cuanto a experiencia y compromiso tanto con el cliente como con los gatos.

**Ilustración 22 – Datos de experiencias**



*Nota: Elaboración propia – Encuesta MiauLounge*

## Competencia

Se evidencia que más del 80% de las personas encuestadas no conocen estos cafés, lo cual permite generar una propuesta en la cual se encuentran interesados en conocer y que pueden convertirse en clientes leales, así mismo se detallan las debilidades y fortalezas identificadas por los encuestados que afirmaron conocer estos cat-cafés por el lado de las debilidades se precisa que es importante contar con espacios adecuados que no alteren la tranquilidad de los felinos y no se generen ambientes de estrés para los mismos, y por el lado de las fortalezas la metodología y la organización de los cafés.

Se destacan que los principales factores que los consumidores elegirían a CAT-FÉ es la calidad del café y alimentos con un 45,63%, seguido por el bienestar y cuidado de los gatos con un 29,13%, dentro de los comentarios como factores diferenciadores se destacan los siguientes *“Manejar café cultivado de calidad transformado por fincas artesanales, aumentaría el motivo social, en términos de la venta de experiencia que cada centímetro del lugar tenga solución al entorno gatuno”* *“Que los gatos estén muy bien cuidados y haya posibilidad de adoptar hasta los gatos viejitos”* comentarios que generan valor y refuerzan la importancia de ofrecer una experiencia integral y compromiso social.

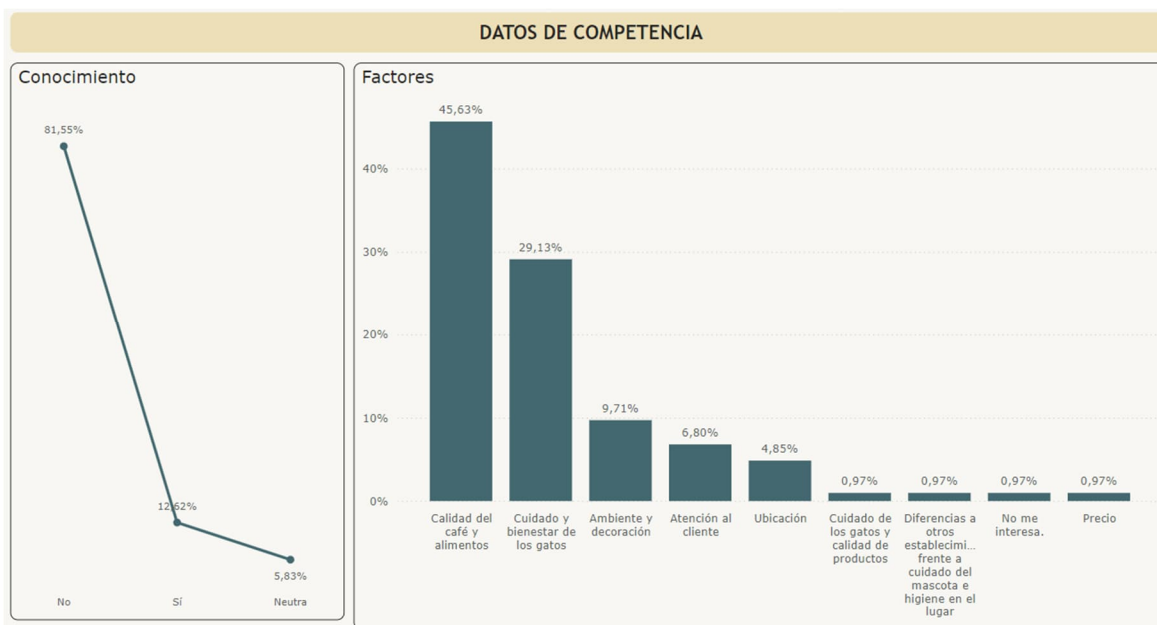
Por último, de las sugerencias recibidas para la idea de negocio se destacan varias ideas que podrían incluirse dentro de la propuesta de valor de CAT-FÉ y así complementar el factor diferenciador que se quiere conseguir entre ellas están: *“Clases para los que somos padres gatunos, sobre alimentación que podemos hacer en casa para nuestros gaticos”* *“Aliarse con aseguradoras que ofrezcan cobertura en salud y exequias para gatos”*.

Por otro lado, más de la mitad de los encuestados se siente atraído hacia la idea de negocio y desean participar en espacios de interacción con gatos. Esto permite crear un

diferencial al ofrecer actividades como gatoterapia y charlas, así como un ambiente pet-friendly relajado y con un enfoque en el bienestar. Resaltar estas características ayuda a posicionar a Miau Lounge como una experiencia única y de valor agregado en comparación con otros cafés.

Así mismo se debe aprovechar que el 80% de los encuestados no conoce otros cat-cafés, siendo esta una oportunidad para posicionarse de forma sólida en el mercado con una propuesta innovadora. Además, la retroalimentación recibida indica que el consumidor valora la calidad del café y el bienestar de los gatos, aspectos que Miau Lounge podría explotar para captar y fidelizar a los consumidores al integrarlos en su propuesta diferencial de valor.

**Ilustración 23 - Datos de Competencia**



*Nota: Elaboración propia – Encuesta MiauLounge*

### Conclusión resultados encuestas

En el análisis realizado, se evidencia un alto porcentaje de aceptación de la idea de negocio, lo cual reafirma la propuesta, demostrando así que el concepto de un espacio en el que se combina el café, los cat lovers y la responsabilidad genera interés en cada posible consumidor,

respaldando de manera solida el modelo de negocio de MiauLounge, con el fin de posicionar el establecimiento en el mercado de la ciudad.

#### **4.2.3 Tamaño del mercado**

Para definir el tamaño del mercado objetivo de un modelo de negocio se utilizará la metodología del TAM – SAM– SOM lo cual permitirá identificar y segmentar el mercado de forma más precisa

- **TAM:** Define el tamaño del mercado para un producto o servicio particular, considerado como la demanda total calculando el 100% del mercado, describe el potencial global máximo del negocio.
- **SAM:** Subconjunto del TAM el cual es el tamaño del mercado que se puede capturar o el mercado potencialmente alcanzable, que puede generar rentabilidad. Es el mercado que puede llegar a servir con el modelo de negocio y tecnología, siendo útil para calcular el potencial crecimiento del negocio.
- **SOM:** Este define el tamaño real del mercado que se puede capturar ya sea a corto o mediano plazo, considerando el nivel de los recursos con los que dispone el negocio y la estrategia actual de captación como por ejemplo estrategias de marketing, competitividad y capacidad operativa, marcando de esta manera la estrategia competitiva de CAT-FE

Se describe a continuación el tamaño del mercado objetivo para Cat-Fé definido a partir de los posibles consumidores en la ciudad de Bogotá:

- **TAM:** Se encuentra centrado en la proporción de hogares colombianos que consumen café con un total de 9.4 millones con un porcentaje del 90% (**Kantar, 2023**), de acuerdo con un estudio realizado, los colombianos consumen de 2 a 3 tazas de café diarias. Al asumir que alrededor del 15% de la población tiene una afinidad adicional con los neko cafés o cat cafés, se estima que con este segmento se representa el mercado principal potencial.

Por otro lado, un reportaje realizado y publicado por (**Conde Nast Traveler, 2023**) indica que Chile y Colombia son los únicos países de la región en los que se observa un empate técnico en la preferencia de mascotas: 50% siente empatía por los perros y el otro 50% son amantes de los gatos.

Además, se destaca que el 67% de las familias colombianas tienen al menos una mascota, de este porcentaje el 22% tiene gatos y disfruta de la interacción con ellos (**El Espectador, 2024**), lo que sugiere una base de clientes potenciales que podrían interesarse en el modelo de negocio de Miau Lounge.

### **Calculo TAM**

**Consumo promedio de tasas de café en Colombia:** 7,719,750,000 MM Tazas

**Porcentaje de personas que sienten afinidad con los gatos:** 22%

TAM Ajustado (Unidades)= $7,719,750,000 \times 0.22 = 1,698,962,345$  tazas al año

Valor del TAM Ajustado (COP): Asumiendo un precio promedio de \$4,000 COP por taza:

TAM Ajustado (COP)=  $1,698,962,345 \times 4,000 = 6,795,849,380,000$  COP

- **SAM:** La ciudad de Bogotá tiene una población proyectada de 7,93 millones de habitantes conformando el 15,00% del total de la población colombiana para el año 2024 (**Telencuestas**), datos proyectados de acuerdo con el censo realizado en el año 2018, así mismo aproximadamente 6,20 millones de personas son mayores de 18 años representando el 52,9% para las mujeres y el 47,1% de los hombres, se debe considerar también que el 34% de las personas de la ciudad, conviven con gatos (**Infobae.com, 2022**) lo cual constituye un segmento significativo de potenciales clientes interesados en un establecimiento como Miau Lounge, que integra experiencias para los amantes de los felinos en un entorno acogedor.

Se determina entonces el tamaño del mercado SAM de la siguiente manera:

El 90% consume al menos 1 taza de café, de acuerdo con el TAM, por lo cual se puede determinar que el consumo promedio diario es de 5,58 millones de unidades, así mismo el promedio de costo de una taza de café se encuentra aproximadamente en COP \$4.000 y de este 90% podemos considerar un 34% que tomarían una taza de café con el valor agregado de interactuar con gatos.

SAM amantes del Café \$:  $5,5\text{MM} * \$4,000 = 22$  Billones COP

SAM amantes de los Gatos el 34% de una población de 5.5 millones es  $1,870,000 * \$4000 = 7,4$  Billones COP

- **SOM:** La localidad de Chapinero tiene 150,741 habitantes (**Bogota.gov.co**) conformando el 0,29% del total de la población del país, así mismo el precio de una taza de café en este sector se encuentra aproximadamente en COP \$7,000, se considera también que para el año 2019 126,606 tenían gatos como parte de la localidad, y esperamos que por lo menos el 20% sienta afinidad significativa con mascotas e interacción.

El cálculo del SOM se basa en este grupo específico de residentes amantes de los gatos y en el precio promedio de consumo, lo que permite proyectar el tamaño del mercado alcanzable y establecer expectativas de demanda en función de este segmento. por lo cual el tamaño del SOM se calcularía así:

$$\text{SOM Café} = 90\% * 150,741 = 135,667$$

$$\text{SOM Café} = 135,667 * \$7,000 = \$949,668,300 \text{ COP}$$

$$\text{SOM Café e interacción gatos} = 126,606 * 20\% * \$7,000 = \$177,248,400 \text{ COP}$$

**Ilustración 24 - Tamaño del mercado Miao Lounge**



*Nota: Elaboración propia*

#### 4.2.4 Riesgos y oportunidades del mercado

El mercado de los Neko cafés o Cat cafés se encuentra en la etapa de nicho de mercado dado que en Colombia existe aproximadamente 10 de estos establecimientos, por lo cual requiere una planificación estratégica muy detallada con el fin de ofrecer una experiencia gratificante al consumidor, y de esta manera minimizar los riesgos asociados al modelo de negocio, se aborda entonces las oportunidades y riesgos identificados:

- **Oportunidades:**

- ✓ **Diferenciación de mercado:** en un mercado tan competitivo como las cafeterías tradicionales los cat cafés poseen un factor diferenciador donde ofrece experiencias únicas desde las bebidas y alimentos hasta la interacción con los gatos.
- ✓ **Responsabilidad social:** La creciente tendencia de proteger la vida animal y dignificarla es una clara oportunidad de generar conciencia en la comunidad con el fin de lograr un objetivo en común, disminuir las cifras de abandono y maltrato animal.
- ✓ **Espacios pet-friendly:** Bogotá al contar una población tan grande no se cuentan con suficientes espacios pet-friendly en cafeterías y/o restaurantes, por lo cual presentar este modelo donde los consumidores puedan compartir con sus mascotas junto con una taza de café premium.
- ✓ **Diversificación de servicios:** Al existir la oportunidad de negocio, se puede generar diversificación de servicios no solo el consumo de bebidas y alimentos, si no

- ✓ productos y accesorios para gatos y dueños de gatos, alimentos y arenas para los felinos, gatoterapia y servicios de niñera, lo cual al poseer distintas líneas de negocio se genera un factor diferenciador en el nicho de mercado.
- **Riesgos**
  - ✓ **Regulación y normativas sanitarias:** Al ser un negocio donde el manejo y manipulación de alimentos tiene una estructura normativa bastante rigurosa, al estar en espacio con los gatos, las licencias de autorización para el funcionamiento pueden generar sobrecostos y gastos onerosos.
  - ✓ **Poco conocimiento del modelo:** Al ser un modelo de negocio poco común en la ciudad, puede limitarse la captación de potenciales clientes.

### 4.3 Análisis de la Competencia

Se realiza el análisis de la competencia con dos cat cafés que se encuentran en la ciudad de Bogotá similares al modelo de negocio de MíauLonge. En este Análisis se examinan precios, productos, plaza y posicionamiento, esto con el fin de identificar posibles ventajas competitivas y factores diferenciadores para cada uno, se detallan a continuación los competidores:

- ✓ **Gato Latte**

#### *Ilustración 25 - Logo Gato Latte*



*Nota: Logo Gato Latte (Agrocampo, 2024)*

Gato Latte es una empresa de carácter privado con presencia en la ciudad de Bogotá, localidad de Fontibón, que inició su actividad económica en el mes de enero del año 2020,

Gato Latte ofrece una variedad de servicios que van desde productos alimenticios y bebidas relacionadas con café, accesorios para gatos, y posibilidad de adopción de gatos.

Todos estos servicios son ofrecidos a sus clientes en su local comercial ubicado en el Barrio de Modelia, parte de la Localidad de Fontibón. En la tabla análisis del competidor se detallan los productos y precios.

Factor diferencial: Gato Latte trabaja en el sector HoReCa, enfocado en hoteles, restaurantes y cafeterías, marcando su factor diferencial en la interacción con gatos y su asociación con fundaciones donde promueve la adopción, impulsando la responsabilidad social de animales abandonados.

✓ **Calico**

*Ilustración 26 - Logo Calico Cat Café*



*Nota: Logo Calico (Cat Cafe Calico)*

Calico es una empresa de carácter privado con presencia en la ciudad de Bogotá, localidad de Teusaquillo, que inició su actividad económica en el mes de abril del año 2019, ofreciendo ofrece una variedad de servicios que va desde productos alimenticios y bebidas relacionadas con café, accesorios para gatos y terapias-yoga con gatos.

Todos estos servicios son ofrecidos a sus clientes en su local comercial ubicado en el Barrio de Palermo, parte de la Localidad de Teusaquillo. En la tabla análisis del competidor se

detallan los productos y precios, detallando también la estrategia comercial identificada por parte de estos cat cafés, así como el alcance geográfico que tienen los mismos.

Factor diferencial: Calico trabaja en el sector HoReCa, enfocado en hoteles, restaurantes y cafeterías, marcando su factor diferencial en terapias con gatos que tienen como objetivo la reducción del estrés, incluyendo la interacción con los felinos durante el tiempo que estes utilizando los servicios

✓ **Miau Lounge**

*Ilustración 27 - Logo Miau Lounge*



*Nota: Elaboración propia*

Miau Lounge es un proyecto de Carácter privado que tiene como propósito llenar un espacio de consumo en la Ciudad de Bogotá, específicamente en la localidad chapinero y que tiene como propósito iniciar su operación en el cuarto trimestre del año 2025, ofreciendo una variedad de servicios que van desde productos alimenticios y bebidas derivadas del café, ventas de accesorios y arenas para gatos, gato terapias y servicio de niñera

Factor diferencial: Miau Lounge trabajara en el sector HoReCa, enfocado en hoteles, restaurantes y cafeterías, enfocando su factor diferencial en la interacción con los gatos durante el tiempo que sean utilizados los servicios por los clientes, Gato terapias, enfocadas en reducir afecciones mentales relacionadas con el estrés, ansiedad, depresión y la asociación con fundaciones a nivel municipal para promover la adopción de los gatos que se encuentren en

estado de abandono, influenciando positivamente en la responsabilidad social asociada al abandono animal.

**Tabla 3 - Tabla Análisis del consumidor**

<b>Descripción</b>	<b>Gato Latte Home</b>	<b>Calico</b>
<b>Localización</b>	Modelia Cra7b # 24d 22	Palermo Cra. 16 bis #43 35
<b>Productos y servicios (atributos)</b>	Un café y hogar de gatitos rescatados en adopción	Cat café y restaurante - Cat shop
<b>Precios</b>	\$7.000 – \$30.000 \$10.000 - \$60.000 Cat shop	\$4000 – \$36.000 \$20.000 - \$90.000 Cat shop
<b>Logística de distribución</b>	Local comercial	Local Comercial
<b>Productos</b>	*Bebidas Calientes *Bebidas Frías *Bebidas con Licor *Comidas rápidas *Postres *Adopciones	*Bebidas Calientes *Bebidas Frías *Bebidas con Licor *Comidas rápidas *Postres *Yogato *Michiterapia
<b>Alcance Geográfico</b>	Localidad Fontibón	Localidad Teusaquillo
<b>Estrategias Comerciales</b>	*Redes sociales	*Redes sociales

*Nota: Elaboración propia*

Con el fin de complementar los análisis a cada uno de los competidores se realiza la integración de la matriz de competitividad, destacando de esta manera las debilidades y fortalezas de Miau Lounge y sus competidores, permitiendo visualizar la posición del café en el mercado y reforzando de esta manera la propuesta de valor y sus factores diferenciadores

**Tabla 4 - Matriz de Competitividad**

<b>Factores de Competitividad</b>	<b>MiauLounge</b>	<b>Gato Latte</b>	<b>Calico</b>
<b>Ubicación</b>	Chapinero (Zona Central)	Fontibón (Modelia)	Teusaquillo (Palermo)
<b>Enfoque del Negocio</b>	Café y Experiencias de bienestar, adopción, socialización, servicios de niñera, venta de accesorios, arenas y alimentos para gatos	Café, adopciones y venta de accesorios	Terapias con gatos, socialización
<b>Oferta de Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas calientes y frías con café</li> <li>• Otras bebidas calientes y frías</li> <li>• Repostería y panadería</li> <li>• Gato terapias</li> <li>• Interacción con gatos</li> <li>• Servicio de niñera</li> <li>• Adopciones</li> <li>• Venta de accesorios, arenas y alimentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas y alimentos</li> <li>• Adopciones</li> <li>• Venta de accesorios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas y alimentos</li> <li>• Yogato (yoga con gatos)</li> <li>• Michiterapia</li> <li>• Venta de accesorios</li> </ul>
<b>Diferenciador Principal</b>	Gato terapias para bienestar emocional y servicio de niñera para gatos	Enfoque en adopción, colaboración con fundaciones	Terapias de reducción de estrés (Yogato y Michiterapia)
<b>Precio Promedio de Consumo</b>	COP \$7,000 - \$30,000	COP \$7,000 - \$30,000	COP \$4,000 - \$36,000
<b>Segmento Objetivo</b>	Jóvenes y adultos, cat lovers, interesados en bienestar, Sector HoReCa	Amantes de gatos, familias, sector HoReCa	Jóvenes y adultos, interesados en bienestar
<b>Presencia en Redes Sociales</b>	Instagram, Facebook, Tik tok campañas de responsabilidad social	Instagram, Facebook	Instagram, Facebook

<b>Responsabilidad Social</b>	Colaboración con fundaciones locales para adopciones	Colaboración con fundaciones, adopciones locales	Fomento de la interacción saludable con animales
<b>Innovación en Experiencia</b>	Gato terapias para aliviar estrés y ansiedad	Interacción básica con gatos, adopciones	Yoga y terapias con gatos
<b>Logística y Canales de Distribución</b>	Local comercial en Chapinero	Local comercial en Modelia	Local comercial en Palermo
<b>Oportunidades de Expansión</b>	Potencial expansión en localidades vecinas (Corto plazo), expansión en otras ciudades y departamentos del país (Mediano Plazo), y expansión fuera del país	Incremento en adopciones en la comunidad	Potencial para mayor diversificación en servicios
<b>Promoción de Adopciones</b>	Asociado con fundaciones y eventos para adopción	Asociado con fundaciones	Adopciones a través de eventos específicos

*Nota: Elaboración propia*

## **Análisis de la Matriz de competitividad**

### **1. Ventajas Competitivas de Miau Lounge:**

- **Experiencia de Bienestar:** Miau Lounge se destaca por las gato terapias enfocadas en la reducción del estrés, ansiedad y depresión un servicio que los otros cafés no ofrecen de forma integral, que adicionalmente estarán centradas en la calidad de vida y la salud mental de los clientes.
- **Servicio de Niñera para Gatos:** Este es un servicio único que no tiene competencia directa en el mercado actual, y que permitirá a los clientes de Miau Lounge contar con un aliado en el cuidado animal, permitiéndoles salir sin tener que preocuparse por sus mascotas.

- **Colaboración Activa para Adopciones:** Se buscará realizar y afianzar la relación con fundaciones y el enfoque en adopciones lo posicionan como una opción ética y comprometida socialmente, así como ayudar a las fundaciones en manejo y cuidado de gatos, y se buscará apadrinar a los felinos permitiéndoles a la fundación expandir la labor social.

## 2. Oportunidades de Mejora:

- **Diferenciar Estrategia de Redes Sociales:** Miau Lounge debe realizar una gran estrategia de campañas en redes sociales, con contenido educativo sobre el bienestar animal, técnicas para reducir el estrés y beneficios de la interacción con gatos, aprovechando su enfoque en terapias, así como recetas rápidas de café y las historias de los gatos rescatados, permitiendo de esta manera llegar al corazón de los clientes.
- **Posicionamiento de Precios y Ampliación de Alcance:** Aunque los precios de Miau Lounge son similares a los de Gato Latte, se debe explorar precios segmentados y promociones especiales para fidelizar clientes.

## 3. Aprendizaje de Buenas Prácticas:

- **Redes Sociales y Visibilidad:** Tomando el ejemplo de los otros cafés, es importante fortalecer una presencia constante y creativa en redes sociales lo que puede aumentar la visibilidad de Miau Lounge.
- **Eventos de Adopción y Comunidad:** Se deben aprender de las estrategias de adopción de Gato Latte y Calico para involucrar a la comunidad en eventos de adopción y actividades que refuercen la imagen de responsabilidad social de MiauLounge.

## **Conclusión**

La matriz revela que Miao Lounge se distingue por su enfoque en terapias de bienestar (gato terapias) y su compromiso con la responsabilidad social a través de adopciones y colaboración con fundaciones locales. Además, al ofrecer un servicio de niñera para gatos, Miao Lounge atiende una necesidad única que no tiene competencia directa en el sector. Sin embargo, la matriz también destaca áreas de mejora, como la necesidad de una estrategia sólida de redes sociales para ampliar su alcance y visibilidad en la comunidad de cat lovers de Bogotá.

Al comparar a Miao Lounge con Gato Latte y Calico, se visualizan claramente sus ventajas competitivas, como su ubicación en Chapinero, una zona estratégica de la ciudad, y su propuesta integral de bienestar emocional. Estos diferenciadores sitúan a Miao Lounge en una posición destacada y consolidan su propuesta de valor, enfocada no solo en ser un espacio de consumo, sino también en crear experiencias significativas alrededor del bienestar y la interacción con los felinos.

### **4.4 Estrategia y plan de introducción de mercado**

En un mercado tan dinámico y competitivo es importante generar una estrategia de marketing con el fin de dar a conocer a la organización y los diferentes productos que se ofrecen, esta debe ir más allá de solo ofrecer servicios o productos, se debe generar una conexión emocional con los consumidores, posicionar la marca de manera única y generar valor, esto puede lograrse con un enfoque que integre el marketing digital, publicidad en medios tradicionales y en redes sociales, así como experiencias personalizadas.

Se debe también generar una fidelización con los clientes y que estos se conviertan en posibles embajadores de la marca, de esta manera se lograría un factor diferenciador dentro del mercado.

La introducción al mercado de Miau Lounge se divide en tres etapas, las cuales cuentan con su estrategia de mercadeo respectivamente definida, y que integra distintas actividades.

**Primera Etapa – Generación de Expectativas y Captación de potenciales clientes:**

En esta fase, el foco estará en generar una gran expectativa en el mercado objetivo mediante una campaña promocional creativa e impactante. El objetivo principal es captar la atención de potenciales clientes y crear una huella de recordación de la marca, posicionando al cat café como un lugar único y atractivo para los amantes de los gatos y el buen café.

La estrategia buscará despertar curiosidad, aumentar el interés y lograr que los primeros visitantes se conviertan en embajadores de la marca, asegurando una entrada sólida al mercado.

Esta etapa será ejecutada en 4 semanas, y se realizarán las siguientes actividades:

**Tabla 5 - Estrategia de publicidad 1: Lanzamiento**

<b>Etapa 1: Lanzamiento</b>				
<b><i>Propósito: Generación de expectativas y captación de potenciales clientes</i></b>				
<b>Actividad</b>	<b>Recursos requeridos</b>	<b>Mes de Ejecución</b>	<b>Costo</b>	<b>Responsable</b>
<b><i>Prelanzamiento</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación de las redes sociales a utilizar por Miau Lounge</li> <li>▪ Creación de campañas de cuenta regresiva en las redes sociales (Instagram y tik tok), utilizando piezas publicitarias atractivas, junto con mensajes intrigantes</li> <li>▪ Realización de publicaciones diarias para llegar a un público más grande</li> <li>▪ Creación de video-historias de los gatitos</li> </ul>	Mes 1 (Máximo 4 semanas antes del lanzamiento)	\$5.000.000	Administradores (incluye la contratación de un community Manager y Fotógrafo)

	<p>rescatados, clips de preparación de cafés</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utilizar la publicidad pagada de las redes sociales para llegar al público objetivo</li> </ul>			
<i>Alianzas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Generar alianzas con las fundaciones, para las jornadas de adopción y sensibilización</li> <li>▪ Realizar solicitudes a medios locales para realizar la cobertura del café</li> </ul>	<p>Mes 1 (Máximo 2 semanas antes del lanzamiento)</p>	\$1.000.000	Administradores
<i>Lanzamiento</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apertura del café con la temática “Un bigote y un café”, donde los clientes podrán interactuar con los felinos</li> <li>▪ Invitación a influencers con el fin de documentar la experiencia.</li> <li>▪ Realización de sorteos y concursos con el fin de motivar a los clientes para futuras visitas</li> <li>▪ Música en vivo suave y relajante</li> <li>▪ Inclusión de la tarde de adopción para que se puedan conocer a los gatitos en busca de un hogar</li> <li>▪ Generar promociones y ofertas por tiempo limitado con el fin de</li> </ul>	<p>Mes 1 (Día de lanzamiento)</p>	\$9.000.000	Administradores (Incluye el DJ para la música en vivo)

	incentivar las visitas de los clientes <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Solicitud de Feedback en redes y en el establecimiento</li> </ul>			
<b>Costo Total Etapa 1:</b>			<b>\$15.000.000</b>	

*Nota: Elaboración propia*

**Segunda Etapa – Posicionamiento de marca:** En esta etapa, el objetivo se encuentra en la construcción e identidad de la marca de cara al público objetivo. Con la ayuda del community manager se mantendrán las redes sociales activas, con piezas publicitarias que impacten y generen una conexión especial con Miau Lounge.

Se llevarán a cabo las siguientes actividades para esta etapa:

**Tabla 6 - Estrategia de publicidad 2: Posicionamiento de marca**

<b>Etapa 2: Posicionamiento de marca</b>				
<i>Propósito: construcción e identidad de la marca Miau Lounge</i>				
<b>Actividad</b>	<b>Recursos requeridos</b>	<b>Mes de Ejecución</b>	<b>Costo</b>	<b>Responsable</b>
<b>Post-Lanzamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación de piezas publicitarias centradas principalmente en la vida de los gatitos</li> <li>▪ Organización de actividades periódicas como “tardes de adopción” “Talleres educativos”, clases sobre el bienestar animal</li> <li>▪ Jornadas de ofertas y descuentos para crear fidelización con los clientes</li> </ul>	Mes 2	\$6.000.000	Administradores (incluye la contratación de un community Manager)
<b>Costo Total Etapa 2:</b>			<b>\$6.000.000</b>	

*Nota: Elaboración propia*

**Tercera Etapa – Rentabilidad:** Dentro de las fases la rentabilidad asegura que el negocio se encuentre en crecimiento desde el lanzamiento hasta la consolidación, en este punto se espera establecer programas de fidelización y merchandising (línea propia de productos), esto con el objetivo de maximizar ingresos y fidelizar a los clientes, construyendo la marca de manera orgánica.

Se llevarán a cabo las siguientes actividades para esta etapa:

**Tabla 7 - Estrategia de publicidad 3: Fidelización y merchandising**

<b>Etapa 3: Rentabilidad</b>				
<b>Propósito: Fidelización y merchandising</b>				
<b>Actividad</b>	<b>Recursos requeridos</b>	<b>Mes de Ejecución</b>	<b>Costo</b>	<b>Responsable</b>
<b>Sostenimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación de un programa de fidelización de clientes, donde los mismos puedan pagar una cuota mensual que les permita acceder a descuentos y beneficios exclusivos</li> <li>▪ Realizar el desarrollo de una línea propia de productos con temática de Miau Lounge, aprovechando el vínculo emocional con la marca</li> <li>▪ Realizar celebraciones de fechas especiales, San Valentín, día de la madre, día de la mujer, día del padre, entre otros</li> </ul>	Mes 3 en adelante	\$5.000.000	Administradores
<b>Costo Total Etapa 3:</b>			<b>\$5.000.000</b>	

*Nota: Elaboración propia*

## 5. ASPECTOS TÉCNICOS

### 5.1 Ficha técnica de productos y servicios

Míau Lounge ofrecerá una gran variedad de bebidas (calientes y frías), el objetivo es que el café que se distribuya en Míau Lounge sea un café de cultivos sostenibles provenientes de distintos departamentos del país. Además, algunas bebidas estarán disponibles con complementos alcohólicos. Se comercializarán productos para el cuidado y entretenimiento de los gatos, los siguientes productos se destacan como productos mínimos viables

De acuerdo con la regulación sanitaria vigente para la manipulación y distribución de alimentos Míau Lounge debe cumplir rigurosamente con todas las normativas, esto incluye las disposiciones sobre higiene en la preparación de alimentos, el almacenamiento adecuado, la correcta manipulación por parte del personal capacitado, y el mantenimiento de condiciones óptimas de salubridad en las instalaciones. Por otro lado, es fundamental garantizar que los espacios destinados a la interacción con los gatos estén debidamente separados de las áreas de preparación de alimentos, conforme a las directrices de seguridad alimentaria. Estas normativas, previamente identificadas en el análisis PESTEL, son esenciales para asegurar la calidad del servicio y la protección de la salud de los clientes y las mascotas.

Con el fin de mantener las condiciones adecuadas en el café, se deberán seguir las siguientes recomendaciones y buenas prácticas:

- Para el personal encargado de la elaboración del café, y bebidas, entrega de postres y productos, deberán tener adecuado calzado, no uso de Joyas, pañuelos que recojan todo el cabello y delantales claros
- Lavado de manos con frecuencia
- Uñas cortas, limpias y sin esmalte

Para garantizar el almacenamiento y correcto manejo de los productos se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Una vez recibido los productos (accesorios, arenas y alimentos para gatos, insumos de fruta, café, infusiones, leches, chocolate, azúcar, mezcladores, entre otros) se debe realizar una inspección de estos, para asegurar la mejor calidad a la hora de la entrega y preparación.
- El sistema de inventario a manejar será el PEPS los primeros en entrar serán los primeros en salir, con el fin de evitar el desperdicio de productos, permitiendo una rotación adecuada.

**Tabla 8 - Miau-Fés**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Producto:</b>	Bebidas con café
<b>Nombre comercial:</b>	Miau-fés
<b>Unidad de medida:</b>	250 ml, 350 ml y 500 ml
<b>Descripción del producto:</b>	Bebidas calientes y frías a base de café como: Café Americano, Espressos, Capuchinos, Latte, Moccachino, Granizados, Carajillos, Frappes de Café, granizados de café, malteadas de café, Café Afoggato
<b>Público objetivo:</b>	Amantes de las bebidas con café
<b>Ingredientes:</b>	Lecha (Entera, deslactosada, de Soya, de Almendras, de Avena) Gelato de vainilla, endulzantes, licores (Baileys, Ron, Whiskey, Aguardiente)
<b>Precios:</b>	Rango de precios entre Cop\$4.000 y Cop\$18.000
<b>Obsolescencia</b>	24 horas máximo para bebidas preparadas. El almacenamiento de los ingredientes frescos sigue normas de conservación: leche refrigerada a <4°C, y Gelato a -18°C.
<b>Normas de Calidad</b>	-Certificación BPM - Control de higiene dividiendo las zonas de preparación y limpieza -Cumplimiento de etiquetado\ -El café es molido en cada preparación

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 9 - Calientes Lounge**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Producto:</b>	Otras bebidas calientes
<b>Nombre comercial:</b>	Calientes Lounge
<b>Unidad de medida:</b>	250 ml, 350 ml y 500 ml

<b>Descripción del producto:</b>	Bebidas calientes como: Té (Negro, Chai, de frutas, Matcha), infusiones aromáticas (solas y con frutas) Chocolate calientes (con y sin marmelos), Milo Caliente (con y sin marmelos)
<b>Público objetivo:</b>	Personas que buscan una alternativa al café,
<b>Ingredientes:</b>	Lecha (Entera, deslactosada, de Soya, de Almendras, de Avena) endulzantes.
<b>Precios:</b>	Rango de precios entre Cop\$4.000 a Cop\$12.000
<b>Obsolescencia</b>	Bebidas preparadas: Consumo inmediato o hasta 12 horas bajo almacenamiento en termos sellados a >60 °C. Insumos como la leche deben refrigerarse a <4 °C.
<b>Normas de Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).</li> <li>- Control de higiene y manipulación de ingredientes.</li> <li>- Certificación de calidad en insumos como lácteos y fruta</li> </ul>

*Nota: Elaboración propia*

**Tabla 10 - Fríos Lounge**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Producto:</b>	Otras bebidas Frías
<b>Nombre comercial:</b>	Fríos Lounge
<b>Unidad de medida:</b>	250 ml, 350 ml y 500 ml
<b>Descripción del producto:</b>	Bebidas frías como: Batidos de frutas, Té Chai, Malteadas
<b>Público objetivo:</b>	Personas que prefieran una alternativa a las bebidas calientes que les permita refrescarse.
<b>Ingredientes:</b>	Lecha (Entera, deslactosada, de Soya, de Almendras, de Avena) endulzantes, frutas, Gelatos de distintos sabores
<b>Precios:</b>	Rango de precios entre Cop\$9.000 a Cop\$15.000
<b>Obsolescencia</b>	Bebidas preparadas: Consumo inmediato o hasta 12 horas bajo refrigeración (<4 °C). Ingredientes frescos como frutas y gelato deben conservarse a <4 °C y -18 °C respectivamente.
<b>Normas de Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BPM (Buenas Prácticas de Manufactura).</li> <li>- Control de higiene y manipulación de ingredientes.</li> <li>- Certificación de calidad en insumos como lácteos y fruta</li> </ul>

*Elaboración propia*

**Tabla 11 - Panadería Felina**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Producto:</b>	Productos de panadería
<b>Nombre comercial:</b>	Panadería Felina
<b>Unidad de medida:</b>	Por unidad
<b>Descripción del producto:</b>	Variedad de productos de panadería artesanal como: Cinamon roll, Croissants, panes artesanales y Galletas
<b>Público objetivo:</b>	Personas que disfrutan de productos de panadería fresca, incluso para aquellos que buscan opciones sin gluten e ingredientes naturales.

<b>Ingredientes:</b>	Harinas (trigo, almendra, avena, sin gluten), mantequilla, azúcar (blanca, morena, de coco), huevos, levadura, cacao, frutas frescas (banano, arándanos), nueces, canela, chocolate (oscuro, de leche), sal marina.
<b>Precios:</b>	Rango de precios entre Cop\$7.000 a Cop\$18.000
<b>Obsolescencia</b>	48 horas para productos almacenados a temperatura ambiente; hasta 7 días si se almacenan correctamente en refrigeración (<4 °C).
<b>Normas de Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BPM en la preparación y horneado.</li> <li>- Almacenamiento en condiciones higiénicas.</li> <li>- Etiquetado claro para identificar ingredientes y fechas de elaboración.</li> </ul>

*Elaboración propia*

**Tabla 12 - Mininos dulces**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Producto:</b>	Productos de repostería
<b>Nombre comercial:</b>	Mínimos dulces
<b>Unidad de medida:</b>	Por unidad
<b>Descripción del producto:</b>	Milhojas, Tartaletas, Muffins, Tortas (Zanahoria, chocolate, selva negra, agraz y amapola, red velvet), brownies, alfajores, tiramisús, opciones frescas y sabores únicos
<b>Público objetivo:</b>	Personas que buscan disfrutar de productos de repostería artesanal y de alta calidad, así como aquellos que prefieren postres innovadores con ingredientes locales y productos personalizados (opciones sin gluten y sin lactosa disponibles).
<b>Ingredientes:</b>	Harinas (trigo, almendra, avena, sin gluten), huevos frescos, mantequilla, azúcar (blanca, morena, de coco), leche (entera, deslactosada, de almendras, de soya), cacao, chocolate (oscuro, de leche), frutas (agraz, fresas, zanahoria), nueces, vainilla, crema de leche, polvo de hornear, especias (canela, amapola).
<b>Precios:</b>	Rango de precios entre Cop\$8.000 a Cop\$18.000
<b>Obsolescencia</b>	Hasta 72 horas bajo refrigeración (<4 °C) para postres frescos. Tartas y tortas refrigeradas pueden conservarse hasta 5 días con condiciones óptimas.
<b>Normas de Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BPM en la preparación y decoración.</li> <li>- Control de temperatura en almacenamiento.</li> <li>- Insumos certificados y etiquetado para informar sobre alérgenos.</li> </ul>

*Elaboración propia*

**Tabla 13 - Lounge de interacción**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Servicio:</b>	Interacción con los mininos
<b>Nombre comercial:</b>	MiawTime
<b>Unidad de medida:</b>	Por sesión (45 Min)
<b>Descripción del producto:</b>	Los clientes del Lounge podrán interactuar en un ambiente tranquilo, acondicionado especialmente para el bienestar de los gatos, y la comodidad de los visitantes.
<b>Público objetivo:</b>	Apto para mayores de 10 años, que le gusten los gatos, así como también está dirigido a personas interesadas en adoptar gatos y que desean convivir con ellos antes de tomar la decisión.
<b>Restricciones:</b>	Desinfección de manos antes del ingreso al Lounge, sin zapatos, no alimentar a los gatos con comida externa, no se permiten personas con alergias severas, siempre bajo supervisión y con acceso limitado.
<b>Precios:</b>	Entre Cop\$3.000 a Cop\$10.000
<b>Normas de Acceso</b>	-Visita directa o bajo reserva -El ingreso de niños a partir de los 6 años Menores de 6 años entraran bajo supervisión de un adulto -Se permitirá un máximo de 3 menores por adulto -La manipulación debe ser previo consentimiento del gato y no se debe obligar al animal a realizar la interaccion

*Elaboración propia*

**Tabla 14 - Lounge de Adopción**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Servicio:</b>	Adopción de gatitos
<b>Nombre comercial:</b>	Lounge Felino: Adopta una pata amiga
<b>Unidad de medida:</b>	Por proceso de adopción
<b>Descripción del producto:</b>	El Lounge ofrece la oportunidad de adoptar gatitos rescatados, en colaboración con las fundaciones locales, el proceso incluye entrevista previa, visita domiciliaria y seguimiento posterior para asegurar la calidad de vida y bienestar de la mascota.
<b>Público objetivo:</b>	Todos los adoptantes que quieran participar en el proceso de adopción
<b>Restricciones:</b>	Aquellos que quieran adoptar deben pasar por un proceso de entrevista previa y demostrar que pueden cuidar adecuadamente el gato.
<b>Precios:</b>	No hay un precio por la adopción – Se puede recibir donaciones para consultas veterinarias y esterilizaciones en apoyo a las fundaciones

<b>Obsolescencia</b>	-Las solicitud deberá ser validada en un periodo mayor a 1 mes, si no se completan las validaciones de manera adecuada la solicitud será decomisada ,
<b>Normas de Adopción</b>	- Ser mayor de edad, económicamente responsable - Garantizar lo cuidados veterinarios periódicos requeridos -Collar y placa de identificación -Tarifa o donación de adopción que ayuda a la asociación de rescatistas a cubrir los gastos por su labor de rescate - Asegurar que la mascota será alimentada con alimentos de buena calidad

*Elaboración propia*

**Tabla 15 - Alimentos para gatos – MiawBites**

<b>ÍTEM</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Productos:</b>	Alimentos para gatos
<b>Nombre comercial:</b>	MiawBites
<b>Unidad de medida:</b>	Paquetes 1kg, 5kg, 10kg y 25kg
<b>Descripción del producto:</b>	Alimentos sin colorantes, ni conservantes artificiales, diseñados para cubrir las necesidades nutricionales de los felinos
<b>Público objetivo:</b>	Propietarios de felinos, que buscan opciones saludables y nutritivas.
<b>Ingredientes:</b>	Pollo, Salmon, arroz integral, omega-3, vitaminas y minerales.
<b>Precios:</b>	Entre los Cop\$25.000 a Cop\$250.000
<b>Obsolescencia</b>	12 meses de vida útil en empaque cerrado y almacenado en un lugar fresco y seco. Una vez abierto, consumir en un plazo de 3 meses para mantener la frescura.
<b>Normas de calidad</b>	- Cumplimiento con estándares internacionales (AAFCO, FEDIAF). - BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) en procesos de producción. - Empaque hermético que preserva frescura y nutrientes002E

*Elaboración propia*

**Tabla 16 - MiawLitter – Cajas de arena**

<b>ÍTEM</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Productos:</b>	Cajas de arena
<b>Nombre comercial:</b>	MiawLitter
<b>Dimensiones</b>	72cm largo, 52cm Ancho y 10cm Alto
<b>Material:</b>	Plástico
<b>Precios:</b>	Entre los Cop\$30.000 a Cop\$150.000
<b>Obsolescencia</b>	Vida útil estimada de 3 a 5 años con uso adecuado y limpieza periódica. Material resistente a rayones y humedad.

<b>Normas de calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fabricación con materiales no tóxicos.</li> <li>- Cumple con estándares de seguridad para mascotas.</li> <li>- Control de calidad en resistencia y durabilidad.</li> </ul>
--------------------------	---

*Elaboración propia*

**Tabla 17 - Juguetes para felinos**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Productos:</b>	Juguetes para Gatos
<b>Material:</b>	Ecológico, plumas, felpa, catnip
<b>Descripción:</b>	Juguetes diseñados para estimular el instinto de los gatos. Incluye varas con plumas, bolas con catnip y ratones de felpa para capturar. Todos los materiales son ecológicos y seguros para el uso diario de los felinos.
<b>Público objetivo:</b>	Propietarios de gatos, que se preocupan por el entretenimiento de sus mascotas
<b>Precios:</b>	Varas para gato: COP\$12.000, Bola Catnip: COP\$10.000, Ratones de felpa: COP\$8.000.
<b>Obsolescencia</b>	Varas: 6-12 meses (uso moderado). Bola Catnip y Ratones: 3-6 meses según intensidad de uso.
<b>Normas de Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales ecológicos y seguros.</li> <li>- Sin piezas pequeñas que puedan ser ingeridas.</li> <li>- Cumple con normativas de seguridad para mascotas.</li> </ul>

*Elaboración propia*

**Tabla 18 - Talleres y charlas**

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
<b>Servicios:</b>	Gato terapias, charlas de cuidado y bienestar animal, talleres de café
<b>Duración:</b>	1 a 2 horas
<b>Contenido:</b>	Alimentación, comportamiento, salud, bienestar, cultura del café, métodos, proceso de cultivo.
<b>Atributos especiales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Talleres interactivos con prácticas guiadas.</li> <li>- Material didáctico y recursos entregados a los participantes.</li> <li>- Experiencia sensorial completa: interacción con gatos, degustación de café y productos locales.</li> <li>- Facilitadores expertos en bienestar animal y café especializado.</li> <li>- Ambiente relajante y acogedor en el cat café, ideal para la concentración y el aprendizaje.</li> </ul>
<b>Público objetivo:</b>	Amantes de los animales, personas interesadas en aprender sobre el cuidado y bienestar de los gatos, futuros adoptantes, y aficionados al café que desean profundizar en su conocimiento sobre métodos de preparación y cultura del café.

<b>Precios:</b>	Entre los Cop\$40.000 a Cop\$80.000
<b>Obsolescencia</b>	Contenido relevante por al menos 3 años; talleres actualizables según nuevas tendencias y conocimientos.
<b>Normas de Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificación de expertos en bienestar animal y café.</li> <li>- Protocolos de seguridad para interacción con gatos.</li> <li>- Evaluaciones de satisfacción de los participantes.</li> </ul>

*Elaboración propia*

**Tabla 19 - Niñero(a)**

<b>ÍTEM</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Servicios:</b>	Niñeros Gatunos
<b>Duración:</b>	Por horas, diario, semanal, mensual
<b>Descripción:</b>	Una persona especializada en gatos será asignada para realizar de 2 a 3 visitas, en periodos cortos para alimentar y limpiar el arenero y acompañar a los gatos.
<b>Atributos especiales:</b>	Cuidado personalizado, informes sobre el bienestar de los felinos, flexibilidad en los horarios, y supervisión constante.
<b>Público objetivo:</b>	Propietarios de felinos que viajan y no tienen quien cuide a sus gatos
<b>Precios:</b>	COP\$20.000 por visita (1 hora), con descuentos por servicios semanales o mensuales. Tarifas especiales aplican para emergencias o cuidados nocturnos.
<b>Obsolescencia</b>	N/A, se adapta a necesidades actuales. Servicio siempre vigente con ajustes a nuevas tendencias o solicitudes.
<b>Normas de Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrenamiento en manejo de felinos.</li> <li>- Protocolos de higiene en visitas.</li> <li>- Informes detallados y comunicación constante con el cliente.</li> </ul>

*Elaboración propia*

## **5.2 Requerimientos**

Con el fin de asegurar el correcto funcionamiento de Miau Lounge, el cual ofrecerá servicios como MiawTime y Lounge Felino, se hace necesario especificar cada uno de los requerimientos de infraestructura, maquinaria y mobiliario, por lo cual a continuación se presentan cada uno de los ítems mencionados:

## Requerimientos de infraestructura:

### 1. Macro localización:

Miau Lounge se ubicará en la ciudad de Bogotá, dado que la ciudad representa un destino ideal para la inversión en el sector de cafés temáticos, como el concepto innovador de Miau Lounge, se detallan a continuación las principales razones para elegir a Bogotá como destino de la inversión:

- **Centro económico y cultural:** Bogotá es el motor económico de Colombia, concentrando aproximadamente el 25% del PIB del país (Departamento Administrativo Nacional de estadística - DANE, 2024). Es una ciudad con una economía diversificada y robusta que impulsa el consumo en sectores de servicios, especialmente en restaurantes y cafeterías. Esta diversidad económica ofrece un entorno favorable para la estabilidad de negocios como MiauLounge.
- **Demanda creciente por experiencias únicas:** Bogotá tiene una población cosmopolita y abierta a nuevas experiencias, especialmente en el mercado de jóvenes y adultos jóvenes, quienes buscan opciones diferenciadas de entretenimiento y consumo. La tendencia creciente de "experiencias temáticas" en el consumo gastronómico sugiere un mercado interesado en conceptos innovadores como los cafés temáticos de gatos.
- **Cultura cafetera y afición por mascotas:** Colombia es mundialmente reconocida como país productor de café, y Bogotá, en particular, es un epicentro del consumo de café, donde la cultura cafetera está profundamente arraigada. Además, el interés por las mascotas es alto; cerca

del 34% de los hogares en la ciudad cuentan con gatos como mascotas, lo cual representa una audiencia potencial considerable para Miau Lounge, que combina la experiencia de café con el amor por los gatos.

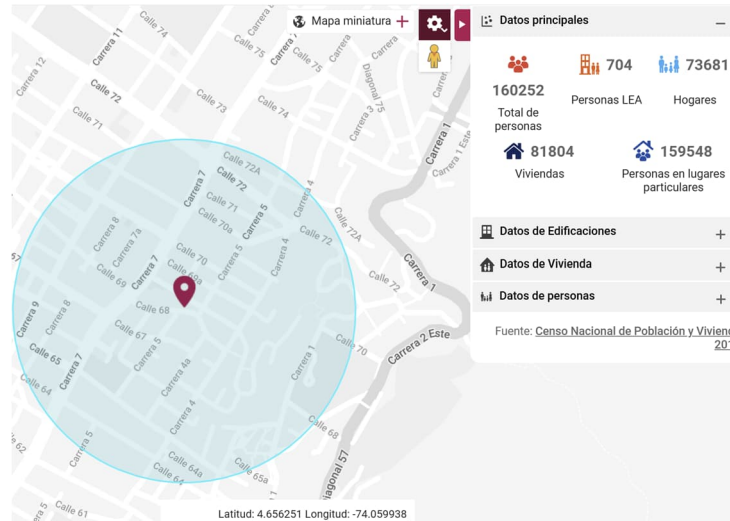
- Entorno favorable para el emprendimiento y la inversión extranjera: Bogotá tiene programas gubernamentales y una infraestructura que favorecen el emprendimiento, ofreciendo condiciones de financiación y asesoría para pequeños y medianos empresarios. La facilidad para crear negocios y la estabilidad económica relativa convierten a la ciudad en un destino atractivo para la inversión en nuevos conceptos de restaurantes y cafés.
- Afluencia turística: Bogotá es también un destino turístico clave en Latinoamérica, atrayendo tanto a visitantes nacionales como internacionales. La propuesta de un café de gatos puede ser de gran atractivo para turistas interesados en experiencias distintivas que conecten con la cultura local de una manera original y acogedora.

Por lo tanto, Bogotá ofrece un mercado prometedor y altamente receptivo para un café temático como MiauLounge, con la ventaja de una ubicación estratégica en Chapinero. Las bondades de la ciudad, sumadas a la cultura cafetera y a la tendencia por la tenencia de mascotas, respaldan la viabilidad y el potencial de crecimiento del negocio, consolidándolo como una inversión estratégica en el sector gastronómico y de entretenimiento.

- 2. Ubicación:** Miau Lounge se encontrará ubicado en la localidad de chapinero en la Zona G entre la carrera 7<sup>a</sup>, carrera 4<sup>a</sup> y la calle 72 y calle 65, adicionalmente

esta zona se caracteriza por las vías de acceso, seguridad y baja competencia de este tipo de mercado.

**Ilustración 28 - Ubicación geográfica – Miao Lounge**



*Nota: (DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2018)*

**3. Tamaño del local:** Con el fin de distribuir las áreas de interacción con los gatos, la zona de alimentación, baños, zona de acceso al personal, se requerirá un local de al menos 100 m2 de dos plantas, las cuales se dividirán de la siguiente manera:

- **Planta 1:**
  - **Zona de cafetería:** área central con mesas, sillas y poltronas a lo largo del salón, lo cual permitirá el flujo libre de los consumidores.
  - **Zona de preparación y exhibición:** Esta área se encontrará al lado de la cafetería, detrás de un mostrador con un espacio amplio para la movilidad del personal.
  - **Baños:** Se ubicarán al fondo, separados por género.

- **Acceso al personal:** Puerta de acceso discreta conectada con la zona de almacenamiento de alimentos.
- **Planta 2:**
  - **Zona de interacción con los gatos:** contará con un amplio espacio, libre de obstáculos con mobiliario adaptado a los gatos (rascadores y plataformas), sección separada con una división en vidrio con efecto espejo.
  - **Zona de charlas, talleres y Gato terapias:** Sala separada y con divisiones, equipadas con mesas y sillas, y estantería con material para las gato terapias.
  - **Espacio con libros y material informativo:** Zona con estantes y sofás para las lecturas, situada en un rincón tranquilo, ideal para relajarse.

*Ilustración 29 - Diseño preliminar del espacio de Miau Lounge*



*Nota: Elaborado con IA – Chat GPT con base a la información del tamaño del local (punto 2)*

4. **Iluminación:** Se tendrán varias ventanas que permitan la entrada de luz natural, así como luz artificial calidad para brindar un ambiente tranquilo.
5. **Aislamiento de olores y ruido:** Se tendrán sistemas de ventilación y extracción de olores, así como purificación del aire, esto con el fin de garantizar la comodidad y la experiencia del consumidor.

### Requerimientos de maquinaria y mobiliario

En las tablas 19 y 20 se detallan los costos para los ítems de maquinaria y mobiliario necesarios para la puesta en marcha de Miau Lounge

**Tabla 20 - Requerimientos de maquinaria – cafetería**

Referencia	Descripción	Precio	Fuente
Vitrina para postres cubic Marco Negro	Temperatura digital, iluminación LED, vitrina refrigerada de 120 frente x 63 de fondo 130 de alto y pesa 70 kilos	\$6.500.000	<a href="https://comercialderefrigeracion.com/2022/06/28/nevera-pastelera-vitrina-refrigerada-para-postres/">https://comercialderefrigeracion.com/2022/06/28/nevera-pastelera-vitrina-refrigerada-para-postres/</a>
Vitrina para helados y postres	110 voltios , 550 watos, control de temperatura digital, iluminación LED, dimensiones 68x72x185 cm (frente, profundo, alto)	\$12.240.000	<a href="https://exhibirequipos.com/producto/vitrina-para-helados-y-postres/">https://exhibirequipos.com/producto/vitrina-para-helados-y-postres/</a>
TechOven™ Vitrina Calentadora «DeLuxe» para Exhibición de Alimentos con 3 Alturas	Voltaje: 110/60hz 1 Phase (3 cables), Power: 1.2kw / 1200 watts Temperatura de Trabajo de 35 a 85 grados, centígrados, Medida: 660mm x 490 mm x 615 mm Frente – Fondo – Alto	\$1.490.000	<a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/vitrina-calentadora-deluxe-3-alturas/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/vitrina-calentadora-deluxe-3-alturas/</a>
TechCoffee Máquina De Café Espresso de 2 Grupos Automática	Modelo: TC-300EST, Voltaje: 220V Potencia: 4500W Peso Neto: 50kg Medidas de la máquina: 760x535x480mm Control eléctrico	\$12.220.000	<a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/maquina-de-cafe-espresso-de-2-grupos-automatica/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/maquina-de-cafe-espresso-de-2-grupos-automatica/</a>

<p>Congelador vertical 1 PTA</p>	<p>Fabricado en acero inoxidable exterior e interiormente, pisos sellados y esquinas redondeadas para facilitar la limpieza. Puerta de cierre automático a 60° Capacidad: 17.79 pies cúbicos (504 Litros). Rango de temperatura: -13 a -17 °C. Dimensiones: Frente 0.71 / Fondo 0.84 / Altura 2.07mts. Voltaje: 110V. Potencia: 750 W. Corriente: 9.5 Amp - Consumo 4.50kw h/24h. Peso: 286 Lb.</p>	<p>\$8.913.100</p>	<p><a href="https://tienda.pallomaro.com/refrigeracion-congeladores-4018-10/congelador-vertival-con-una-puerta-monofasico-con-interior-y-exterior-en-acero-inoxidable-d28f-dukers-r648-r1075">https://tienda.pallomaro.com/refrigeracion-congeladores-4018-10/congelador-vertival-con-una-puerta-monofasico-con-interior-y-exterior-en-acero-inoxidable-d28f-dukers-r648-r1075</a></p>
<p>Tech Coffee Molino de Café Barista</p>	<p>Modelo: TC-700E, Voltaje: 110/60hz 1 Phase (3 cables), Potencia: 500w, Motor Especial DC de Corriente Continua, dimensiones 27x22x52cm Ancho-Fondo-Alto, peso 14.5kg, Cuchillas de 74mm de Diámetro</p>	<p>\$2.590.000</p>	<p><a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/tech-coffee-molino-de-cafe-barista-modelo-tc-700e">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/tech-coffee-molino-de-cafe-barista-modelo-tc-700e</a></p>
<p>TechCoffee Jarrita en Acero Inoxidable para Leche de 2000ml</p>	<p>Jarrita Especial para Calentar Leche en Acero Inoxidable Medida para 2000ml Diseño Elegante y Ergonómico Resistente y Duradera</p>	<p>\$99.900</p>	<p><a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/jarrita-en-acero-inoxidable-2000ml/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/jarrita-en-acero-inoxidable-2000ml/</a></p>
<p><a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/jarrita-en-acero-inoxidable-2000ml/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/jarrita-en-acero-inoxidable-2000ml/</a></p>	<p>MODELO: XRJ15L x 11 Tanque Capacidad 12 litros, Voltaje: 220/60hz – 1 phase Potencia: 500w Dimensiones: 220 x 480 x 770 mm, Embalaje Cartón: 280 x 550 x 860 mm, Peso Neto : 29 kg, Peso Bruto: 40 kg</p>	<p>\$4.199.000</p>	<p><a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/granizadora-profesional-frosty-1-tanque/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/granizadora-profesional-frosty-1-tanque/</a></p>

TechCoffee Tamper / Sello Profesional Barista para Prensado de Café Molido	Mango De Madera S / S Base con 58mm de Diámetro, Peso por unidad 550 gramos. Varios Colores, Disponibles en Madera Barnizada	\$110.880	<a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/tamper-sello-profesional-barista/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/tamper-sello-profesional-barista/</a>
Sanitizer Para Máquinas de Café, Vending, Jugueras & Granizadoras	Sanitizer Especial en Pastillas para Limpieza de Maquinas de Bebidas	\$2.500	<a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/sanitizer-para-maquinas-de-cafe-vending-jugueras-granizadoras/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/sanitizer-para-maquinas-de-cafe-vending-jugueras-granizadoras/</a>
TechWaffle™ Milk Shake / Máquina Profesional para Malteadas Sencilla	Modelo: TW-653/TW-801, Voltaje: 110/60hz 1 Phase, Potencia: 0.180watts / kW, dimensiones: 190 x 160 x 530mm Ancho-Fondo-Alto, Peso: 3 kg	\$910.000	<a href="https://www.americafoodsolutions.co/tienda/maquina-profesional-malteadas-sencilla/">https://www.americafoodsolutions.co/tienda/maquina-profesional-malteadas-sencilla/</a>
<b>Total, Requerimiento Maquinaria</b>		<b>\$49.275.380</b>	

Nota: Elaboración propia

**Tabla 21 - Requerimientos de mobiliario**

Referencia	Descripción	Precio	Fuente
Set X3 Silla Acolchada Tipo Bar Blanco	Modelo : OR-6609 X3 BLAN Fondo (centímetros) : 41, Color : Blanca	\$669.000	<a href="https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/548948/set-x3-silla-acolchada-tipo-bar-blanco/548948/">https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/548948/set-x3-silla-acolchada-tipo-bar-blanco/548948/</a>
Columpio De Cuerda Colgante Silla De Hamaca	Columpio De Cuerda Colgante Silla De Hamaca	\$383.900	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1437959039-columpio-de-cuerda-colgante-silla-de-hamaca-maximo-33-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=6&amp;search_layout=grid&amp;type=item&amp;tracking_id=08262cbe-493c-434f-b14a-d7ddba72d796">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1437959039-columpio-de-cuerda-colgante-silla-de-hamaca-maximo-33-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=6&amp;search_layout=grid&amp;type=item&amp;tracking_id=08262cbe-493c-434f-b14a-d7ddba72d796</a>
Mesa de bar, negro x 4	Mesa de bar, negro	\$359.996	<a href="https://www.ikea.com/co/es/p/nordviken-mesa-de-bar-negro-30549026/">https://www.ikea.com/co/es/p/nordviken-mesa-de-bar-negro-30549026/</a>
Puff x5	Dimensiones 56 cm, unidad	\$199.995	<a href="https://www.ikea.com/co/es/p/sandared-puff-gris-00385309/">https://www.ikea.com/co/es/p/sandared-puff-gris-00385309/</a>

Mesa de centro de exterior, blanco/beige x 2	Dimensiones 73x73 cm, unidad	\$79.998	<a href="https://www.ikea.com/co/es/p/segeroen-mesa-de-centro-de-exterior-blanco-beige-40510797/">https://www.ikea.com/co/es/p/segeroen-mesa-de-centro-de-exterior-blanco-beige-40510797/</a>
Hamacas De Ventana Para Gatos- Camas X 4	Dimensiones 60 cm x 48 cm x 2 cm, por unidad	\$316.112	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-532537001-hamacas-de-ventana-para-gatos-camas-personalizadas-_JM#is_advertising=true&amp;position=2&amp;search_layout=stack&amp;type=pad&amp;tracking_id=fc44e3ff-ba82-4f26-ad86-e1c9e7e82b42&amp;is_advertising=true&amp;ad_domain=VQCATORLST&amp;ad_position=2&amp;ad_click_id=OTRIZTAXNzUtNzU3MS00NDU0LWE1NGQtYWYyZWZjYTA5ZmI5">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-532537001-hamacas-de-ventana-para-gatos-camas-personalizadas-_JM#is_advertising=true&amp;position=2&amp;search_layout=stack&amp;type=pad&amp;tracking_id=fc44e3ff-ba82-4f26-ad86-e1c9e7e82b42&amp;is_advertising=true&amp;ad_domain=VQCATORLST&amp;ad_position=2&amp;ad_click_id=OTRIZTAXNzUtNzU3MS00NDU0LWE1NGQtYWYyZWZjYTA5ZmI5</a>
Gimnasio Para Gatos Ref. Luna	Ancho x Altura x Largo 50 cm x 150 cm x 40 cm	\$251.991	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1026673482-gimnasio-para-gatos-ref-luna-obsequio-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=15&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=3d006277-9559-47c2-a7c5-ef0042b8d95f">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1026673482-gimnasio-para-gatos-ref-luna-obsequio-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=15&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=3d006277-9559-47c2-a7c5-ef0042b8d95f</a>
Gimnasio Para Gatos De Pared A	Rascador para pared, Ancho x Altura x Largo 25 cm x 21 cm x 59 cm	\$320.000	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1489483885-gimnasio-gato-de-pared-con-env-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=12&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=3fd6a2ef-a537-43b5-b399-819a398607cb">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1489483885-gimnasio-gato-de-pared-con-env-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=12&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=3fd6a2ef-a537-43b5-b399-819a398607cb</a>
Rascador Acicalador x3	Ancho x Altura x Largo 42 cm x 17 cm x 25 cm, unidad	\$148.500	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-538932001-rascador-acicalador-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=22&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=078ec07b-0b15-4298-8b54-594007bb7ad4">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-538932001-rascador-acicalador-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=22&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=078ec07b-0b15-4298-8b54-594007bb7ad4</a>
Rascador Rampa Para Gatos x3	Ancho x Altura x Largo	\$89.970	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1021420193-">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1021420193-</a>

	20 cm x 20 cm x 40 cm, unidad		rascador-rampa-para-gatos-_JM#polycard_client=search-nordic&position=35&search_layout=stack&type=item&tracking_id=059a1b4b-9647-4ca2-a70a-b7e1bc10a4c5
Cepillo Rascador De Pared Masajeador Para Gatos Bola Catnip X5	Rascador con catnip, unidad	\$99.750	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-2589567468-cepillo-rascador-de-pared-masajeador-para-gatos-bola-catnip-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=8&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=89dde3cc-0fa0-40ab-8050-7928cf004e27">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-2589567468-cepillo-rascador-de-pared-masajeador-para-gatos-bola-catnip-_JM#polycard_client=search-nordic&amp;position=8&amp;search_layout=stack&amp;type=item&amp;tracking_id=89dde3cc-0fa0-40ab-8050-7928cf004e27</a>
Fuente De Agua Para Gatos Flor X 2	Unidad	\$186.830	<a href="https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1357568501-fuente-de-agua-para-gatos-flor-_JM#is_advertising=true&amp;position=20&amp;search_layout=stack&amp;type=pad&amp;tracking_id=ea25af0a-5df2-4eef-8da1-53cd69f309be&amp;is_advertising=true&amp;ad_domain=VQCATCORE_LST&amp;ad_position=20&amp;ad_click_id=NzYwMDRiOTAtMGU5My00ZGQ2LThlNzQtMzI2ZjM2YTQ0Yzdm">https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-1357568501-fuente-de-agua-para-gatos-flor-_JM#is_advertising=true&amp;position=20&amp;search_layout=stack&amp;type=pad&amp;tracking_id=ea25af0a-5df2-4eef-8da1-53cd69f309be&amp;is_advertising=true&amp;ad_domain=VQCATCORE_LST&amp;ad_position=20&amp;ad_click_id=NzYwMDRiOTAtMGU5My00ZGQ2LThlNzQtMzI2ZjM2YTQ0Yzdm</a>
Baño Para Gatos Marca Rimax Arenero Iglu X 4	Altura x Largo x Ancho 40.5 cm x 60 cm x 40.5 cm, Unidad	\$421.800	<a href="https://www.mercadolibre.com.co/bano-para-gatos-marca-rimax-arenero-iglu-para-gatos-bano-gat-color-colores-surtidos/p/MCO26901243#polycard_client=search-nordic&amp;searchVariation=MC O26901243&amp;position=4&amp;search_layout=stack&amp;type=product&amp;tracking_id=d6ffe039-f703-4d5c-9369-41c0be23a67d&amp;wid=MCO2437105680&amp;sid=search">https://www.mercadolibre.com.co/bano-para-gatos-marca-rimax-arenero-iglu-para-gatos-bano-gat-color-colores-surtidos/p/MCO26901243#polycard_client=search-nordic&amp;searchVariation=MC O26901243&amp;position=4&amp;search_layout=stack&amp;type=product&amp;tracking_id=d6ffe039-f703-4d5c-9369-41c0be23a67d&amp;wid=MCO2437105680&amp;sid=search</a>
<b>Total, Requerimiento mobiliario</b>		<b>\$3.528.742</b>	

*Nota: Elaboración propia*

En total, para el funcionamiento y puesto en marcha de Miau Lounge, se requiere una inversión inicial de, que cubre los aspectos mencionados anteriormente, y que se resumen en la siguiente tabla:

**Tabla 22 - Total, requerimientos**

<b>Aspectos Clave</b>	<b>Descripción</b>	<b>Total, Requerimiento inv.</b>
Local	Incluye el arrendamiento del local por lo menos de 12 meses y las adecuaciones para las 2 plantas (pintura, conexiones, iluminación, ventilación)	\$102.000.000
Maquinaria	Incluye todo lo requerido para la cafetería (detallado en la tabla 19)	\$49.275.380
Mobiliario	Incluye los muebles para los clientes y los accesorios necesarios para los gatos	\$3.528.742
<b>Total, Inversión funcionamiento</b>		<b>\$154.804.122</b>

*Nota: Elaboración propia*

### **5.3 Diagrama de flujo – procesos y equipo de trabajo**

Se describen a continuación, los procesos claves en el desarrollo del modelo de producción de Miau Lounge, el cual inicia desde la adquisición de insumos hasta la experiencia con el cliente:

- ✓ Adquisición de insumos:
  - Proveedores de café, infusiones, frutas, licor repostería y panadería
  - Proveedores de accesorios para gatos (comida, juguetes, arenas)
  - Proveedores de accesorios (Souvenirs)
  - Fundaciones y Ong´s para recibir a los gatitos en el café
- ✓ Preparación de productos:
  - Preparación de bebidas calientes y frías
- ✓ Servicios complementarios
  - Gestión del área de interacción con los gatos

- Gatoterapia
- Lounge de adopción
- Talleres y charlas
- Niñeras
- ✓ Atención al cliente
  - Supervisión para la interacción con gatos
  - Experiencia de adopción
  - Experiencia de terapias con gatos
- ✓ Retroalimentación y mejora continuación
  - Encuestas y sugerencias del consumidor
  - Análisis de resultados y mejora de procesos

### **Cadena de Valor**

Se detallan a continuación cada uno de los procesos clave en la operación de *Miau Lounge*:

#### **Actividades Primarias:**

- Logística de entrada: se debe realizar una gestión eficiente de la compra y almacenamiento de productos como el café, productos de panadería, accesorios para gatos, arenas y otros insumos. Esto asegura un suministro constante y de calidad, crucial para ofrecer una experiencia de alta calidad, de esta manera toma relevancia la calidad de los insumos para la propuesta de valor ya que impacta directamente en la experiencia del cliente (café, productos para gatos, ambiente)
- Operaciones (preparación de bebidas y entrega de alimentos, interacción con gatos) en esta fase se preparan las bebidas y se alistan alimentos, y se coordina la interacción de los clientes con los gatos, un aspecto central del negocio. El cuidado

de los felinos y la correcta implementación de las actividades de "gato terapia" son vitales para asegurar una experiencia premium, formando parte esencial de la propuesta de valor, generando una experiencia única que MíauLounge ofrece.

- Marketing y Ventas (estrategias de promoción, fidelización) las estrategias de marketing digital, promociones en redes sociales y alianzas con fundaciones para fomentar la adopción responsable de gatos. También se incluyen los esfuerzos para captar clientes locales y turistas, siendo así que atraer al público adecuado (cat lovers, personas interesadas en terapias y experiencias únicas) es crucial para el éxito. La promoción de la adopción también refuerza la propuesta de responsabilidad social del café.
- Logística de salida Servicio postventa (fidelización y comunicación continua) programas de lealtad, seguimiento a la experiencia del cliente y respuesta ante inquietudes o quejas fundamental para asegurar la satisfacción continua y que los clientes regresen. Manteniendo relaciones con los clientes mediante un servicio postventas efectivo aumenta la lealtad y puede generar recomendaciones, lo que beneficia la reputación y la promoción de la adopción.

### **Actividades de Apoyo**

- Infraestructura de la empresa (gestión administrativa, contabilidad, finanzas) La gestión administrativa, financiera y de recursos humanos apoya las operaciones diarias del negocio. Esto incluye la contabilidad, la planificación financiera, la gestión de personal y la infraestructura del local. Un manejo adecuado de los recursos financieros y humanos garantiza la sostenibilidad del negocio a largo plazo y permite invertir en el mantenimiento de la experiencia que ofrece el café.

- Gestión de Recursos Humanos (contratación y capacitación de personal) La contratación y formación de personal capacitado para interactuar con los clientes, cuidar a los gatos y preparar los productos correctamente. Los empleados deben estar entrenados en hospitalidad, bienestar animal y cuidado de clientes. La calidad del personal impacta directamente en la experiencia del cliente, especialmente en la interacción con los gatos y la atención personalizada que se ofrece en el café.
- Desarrollo tecnológico (sistemas de gestión, plataformas online) Implementación de sistemas que faciliten la gestión de las ventas, reservas, inventarios y atención al cliente, así como plataformas de comunicación para promocionar eventos y talleres relacionados con los gatos. La tecnología facilita la operación eficiente del café y mejora la experiencia del cliente a través de reservas online, promociones digitales y una gestión óptima de los servicios ofrecidos.
- Compras (relaciones con proveedores, negociación de insumos) y compra de insumos, como productos alimenticios, accesorios para gatos y materiales necesarios para los talleres y terapias. Las relaciones con proveedores influyen en la calidad y costo de los productos. La calidad de los insumos y la fiabilidad de los proveedores impactan directamente la calidad de los productos y la experiencia que se ofrece a los clientes.

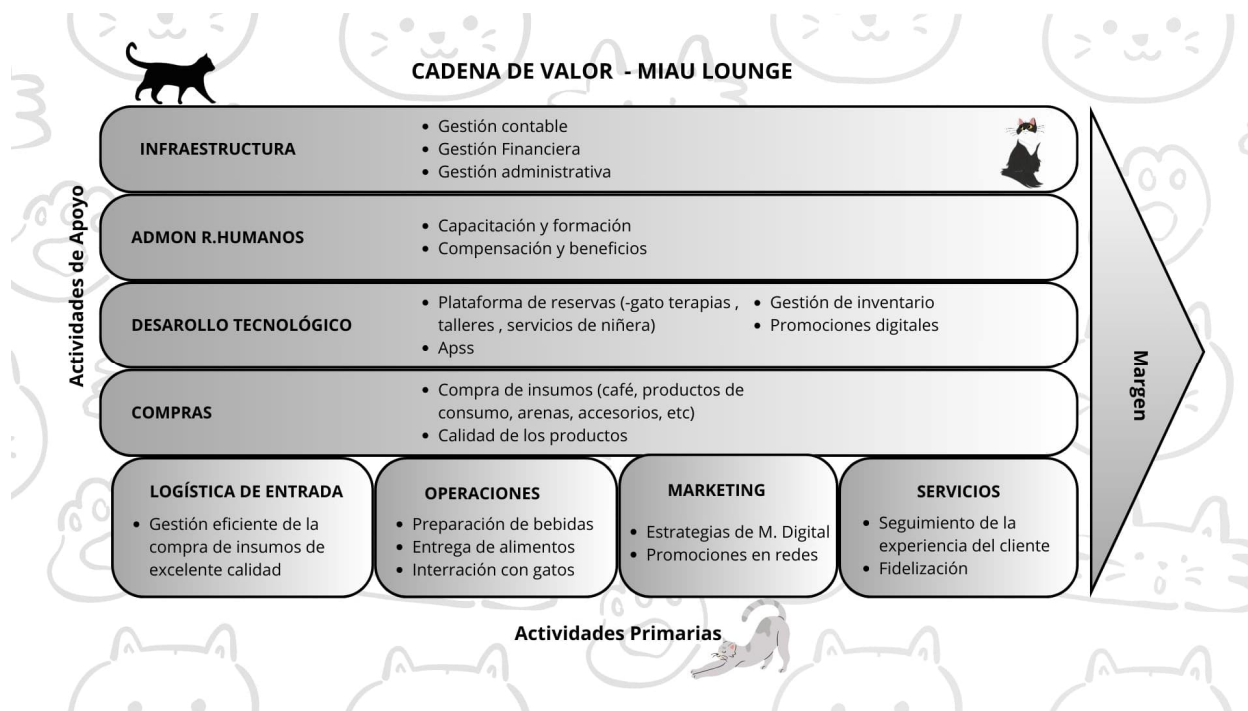
### **Actividades Nucleares de MiauLounge**

- Interacción con los gatos: Esto es el corazón del modelo de negocio, que diferencia a Miau Lounge de otros cafés. La experiencia de socializar con los gatos y participar en actividades de gato terapia (como la reducción del estrés) es esencial para la propuesta de valor.

- **Café y productos exclusivos:** La calidad del café y otros productos alimenticios (postres, snacks) debe ser excepcional. Ofrecer productos exclusivos (como pasteles temáticos o bebidas personalizadas) agregará valor adicional.
- **Fidelización:** A través de programas de lealtad, comunicación continua y una atención al cliente de alta calidad, se buscará fidelizar a los clientes y promover visitas regulares, contribuyendo al éxito a largo plazo del café.

Al usar la cadena de valor de Porter, Miau Lounge puede visualizar claramente sus fortalezas y áreas de mejora, y enfocar sus recursos en los procesos nucleares que directamente contribuyen a la propuesta de valor que ofrece a sus clientes.

**Ilustración 30 – Cadena de valor Miau Lounge**



*Nota: Elaboración propia*

## Capacidad instalada, utilizada y ociosa

Con el fin de asegurar el correcto funcionamiento y la optimización de los recursos en Miau Lounge, se realiza un análisis de la capacidad instalada, utilizada y ociosa del local, que permita dimensionar de manera efectiva las operaciones diarias. Este tipo de análisis no solo abarca la infraestructura física disponible, como el número de mesas y el espacio destinado para las actividades, sino también la capacidad de atención del personal, lo cual es clave para garantizar una experiencia de cliente satisfactoria y eficiente. Al considerar factores como el horario de apertura, la ocupación promedio y las necesidades operativas, es posible identificar oportunidades para mejorar la gestión del flujo de clientes y ajustar la asignación de recursos humanos, asegurando que Miau Lounge funcione a su máxima capacidad sin comprometer la calidad del servicio ni la experiencia de los visitantes.

### Capacidad Instalada

Para realizar el cálculo de la capacidad instalada en el local de 100 metros cuadrados se tendrá en cuenta el número de mesas, personal y turnos laborales por día, la capacidad será expresada en términos de clientes atendidos y número de mesas ocupadas por semana, mes y año.

Datos Base:

### Espacio y mesas

- Café: Tendrá un tamaño de 100 metros cuadrados
- Espacio para mesas y sillas: 4 Metros cuadrados
- El número de mesas considerando estas dimensiones es de un total de 25 (Aproximadamente).

## Horarios de Atención

- Horario operativo: 10 horas por día
- Días operativos en la semana: 6
- Turnos: 2, mañana y tarde
- Tiempo: 5 horas por turno

## Personal y turnos de meseros

- Considerando la dimensión inicialmente consideraremos un mese por para cada uno de los turnos.
- Cada turno debería atender cada una de las mesas por lo menos 6 veces dentro de las 5 horas asignadas
- Cat care: se destinarán dos personas por turnos de 5 horas
- Casa persona deberá destinar este tiempo para cuidar los gatos y cubrir el servicio de niñera dentro del rango propuesto (1000mtrs).

La capacidad instalada va a ser medida considerando el número máximo de clientes a atender, versus el número de mesas atendidas y el número de mesas atendidas por turno (6):

**Tabla 23 – Capacidad instalada**

Periodo	Mesas Atendidas	Clientes atendidos 4 x mesa
Diario	$25*6 = 150$ mesas	$150*4=600$ clientes
Semanal	$150*6= 900$ mesas	$600*4= 2,400$ clientes
Mensual	$900 *4 =3,600$ mesas	$2400*4= 9,600$ clientes
Anual	$3600*12= 43,200$ mesas	$9600*12=115,200$ Clientes

*Nota: Elaboración propia*

## Capacidad Utilizada

Esta capacidad se enfoca en un porcentaje realista de ocupación, que estimamos inicialmente será de un 70%

**Tabla 24 – Capacidad utilizada**

Periodo	Mesas Atendidas 70%	Clientes atendidos 4 x mesa
Diario	$25 * 0.7 = 17.5$ mesas	$150 * 0.7 = 105$ clientes
Semanal	$150 * 0.7 = 105$ mesas	$105 * 0.7 = 73.5$ clientes
Mensual	$900 * 0.7 = 630$ mesas	$73.5 * 4 = 294$ clientes
Anual	$3600 * 0.7 = 2,250$ mesas	$294 * 12 = 3,528$ Clientes

*Nota: Elaboración propia*

## Capacidad Ociosa

Esta capacidad representará el porcentaje restante de la capacidad que no está siendo ocupada, lo que es igual al 30%

**Tabla 25 – Capacidad Ociosa**

Periodo	Mesas Atendidas 70%	Clientes atendidos 4 x mesa
Diario	$25 * 0.3 = 7.5$ mesas	$150 * 4 = 600$ clientes
Semanal	$150 * 0.3 = 45$ mesas	$600 * 4 = 2,400$ clientes
Mensual	$900 * 0.3 = 270$ mesas	$2400 * 4 = 9,600$ clientes
Anual	$3,600 * 0.3 = 1,080$ mesas	$9600 * 12 = 115,200$ Clientes

*Nota: Elaboración propia*

## Conclusión

- Capacidad Instalada: Se podrá atender la capacidad instalada con el número de meseros propuesto

- Capacidad Utilizada (70%): Representa la ocupación real que en promedio podría tener el negocio, ponderando los días de operación.
  - Capacidad Ociosa (30%): Representa el porcentaje, que no utiliza los servicios o para quienes no resulta atractivo el negocio y para quienes tendríamos que implementar campañas de refuerzo.

Para garantizar el adecuado funcionamiento de Miao Lounge, se requerirá contar con el siguiente personal, con horarios que aseguren la cobertura operativa del café y las actividades con los gatos. Los puestos incluyen 2 baristas, encargados de la preparación de bebidas, 1 mesera encargada de la atención en la zona de cafetería; 1 cajero el cual será el encargado de manejar las cuentas de los clientes, 1 supervisor, responsable del bienestar y manejo de los felinos; 1 niño responsable de los servicios para el cuidado de los gatos a domicilio, 1 persona encargada de la limpieza, que mantendrá las áreas higiénicas; y un administrador, encargado de la gestión general del negocio y la atención al cliente. En las tablas 22 a la 24, se detallan los salarios, prestaciones y seguridad social requerida:

**Tabla 26 - Salarios Mensuales**

<b>NOMINA</b>				
<b>Personal</b>	<b>Tarifa por hora</b>	<b>Horas mes</b>	<b>Mes</b>	<b>Aux. transporte</b>
Profesional Administrativo	\$ 18.750,00	160,00	\$ 3.000.000	\$ -
Cajero	\$ 12.132,35	136,00	\$ 1.650.000	\$ 162.000
Barista 1	\$ 11.029,41	136,00	\$ 1.500.000	\$ 162.000
Barista 2	\$ 11.029,41	136,00	\$ 1.500.000	\$ 162.000
Supervisor Gatos	\$ 11.029,41	136,00	\$ 1.500.000	\$ 162.000
Niño	\$ 21.666,67	60,00	\$ 1.300.000	\$ 162.000
Mesera	\$ 10.661,76	136,00	\$ 1.450.000	\$ 162.000
Aseadora	\$ 10.661,76	136,00	\$ 1.450.000	\$ 162.000
			<b>\$ 13.350.000,00</b>	<b>\$1.134.000,00</b>

Nota: Elaboración propia

**Tabla 27 - Seguridad Social Mensual**

<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>			
<b>Personal</b>	<b>Salud</b>	<b>Pensión</b>	<b>Arl</b>
Profesional Administrativo	\$ -	\$ 360.000	\$ 15.660
Cajero	\$ -	\$ 198.000	\$ 8.613
Barista 1	\$ -	\$ 180.000	\$ 15.660
Barista 2	\$ -	\$ 180.000	\$ 15.660
Supervisor Gatos	\$ -	\$ 180.000	\$ 15.660
Niñero	\$ -	\$ 156.000	\$ 13.572
Mesera	\$ -	\$ 174.000	\$ 15.138
Aseadora	\$ -	\$ 174.000	\$ 15.138
		<b>\$1.602.000</b>	<b>\$115.101</b>

Nota: Elaboración propia.

**Tabla 28 - Prestaciones Sociales Mensuales**

<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>				
<b>Personal</b>	<b>cesantías</b>	<b>Int. cesantías</b>	<b>Prima</b>	<b>Vacaciones</b>
Profesional Administrativo	\$ 250.000	\$ 2.500	\$ 250.000	\$ 125.000
Cajero	\$ 137.500	\$ 1.375	\$ 137.500	\$ 68.750
Barista 1	\$ 125.000	\$ 1.250	\$ 125.000	\$ 62.500
Barista 2	\$ 125.000	\$ 1.250	\$ 125.000	\$ 62.500
Supervisor Gatos	\$ 125.000	\$ 1.250	\$ 125.000	\$ 62.500
Niñero	\$ 108.333	\$ 1.083	\$ 108.333	\$ 54.167
Mesera	\$ 120.833	\$ 1.208	\$ 120.833	\$ 60.417
Aseadora	\$ 120.833	\$ 1.208	\$ 120.833	\$ 60.417
	<b>\$1.112.500</b>	<b>\$ 11.125</b>	<b>\$1.112.500</b>	<b>\$ 556.250</b>

Nota: Elaboración propia

## 6. ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y LEGALES

De acuerdo con la propuesta de valor de Míau Lounge y la respectiva reglamentación para su correcto funcionamiento, se detallan los aspectos organizacionales y legales claves que garantizarán una operación eficiente:

### 6.1 Estructura organizacional

- ✓ **Misión:** Ofrecer un espacio tranquilo y acogedor donde los amantes de los animales y el café podrán disfrutar de una experiencia relajante, mientras se promueve la adopción responsable, generando un impacto positivo en la sociedad.
- ✓ **Visión:** Míau Lounge se convertirá para el 2028 como centro de referencia de cafés temáticos con gatos en la ciudad de Bogotá, siendo un punto importante para la promoción de adopción y bienestar animal, tanto en la ciudad como en otros municipios del país.
- ✓ **Valores empresariales:** Míau Lounge se caracterizará por contar con los siguientes valores en la organización alineados con la propuesta valor establecida:
  - Amor y cuidado por los gatos y los animales de nuestro entorno
  - Experiencia al cliente
  - Innovación
  - Compromiso social

### Análisis DOFA

Para Míau Lounge, se realiza el análisis estratégico mediante la herramienta DOFA cruzado que permite proporcionar una visión integral identificando las estrategias que pueden aumentar las fortalezas y oportunidades, así como minimizar las posibles amenazas y debilidades

Ilustración 31 - DOFA Cruzado – Miau Lounge

**Análisis DOFA  
CAT-FE**

<p><b>2-(O) Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de experiencias únicas</li> <li>• Sensibilización por el bienestar animal</li> <li>• Alianzas con refugios, fundaciones y ONG's</li> <li>• Actividades temáticas</li> </ul>	<p><b>3-(F) Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo único y atractivo</li> <li>• Bienestar Animal</li> <li>• Creación de ambientes tranquilos</li> <li>• Redes Sociales</li> <li>• Calidad de alimentos y bebidas</li> <li>• Gestionar e impulsar la tenencia y adopción responsable</li> </ul>	<p><b>1-(D) Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobre costos de la operación</li> <li>• Dependencia tecnológica</li> <li>• Experiencia en el mercado</li> <li>• Espacio locativo</li> <li>• Formación continua del personal</li> <li>• Recursos financieros iniciales</li> </ul>
<p><b>4-(A) Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la competencia directa</li> <li>• Cambios en la reforma tributaria</li> <li>• Regulación Sanitaria</li> <li>• Aranceles e impuestos</li> <li>• Inflación</li> <li>• Control y manejo de residuos</li> </ul>	<p><b>Estrategias FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar el concepto único para atraer clientes</li> <li>• Promover el bienestar animal mediante las redes sociales</li> <li>• Colaborar con refugios, fundaciones y ONG's para promover eventos de adopción</li> </ul>	<p><b>Estrategias DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión en tecnología para el monitoreo de los sistemas de seguridad e higiene</li> <li>• Campañas de inversión</li> <li>• Sistema de reservas para optimizar el flujo de clientes</li> </ul>
	<p><b>Estrategias FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Destacar en la calidad del café, alimentos y bebidas y bienestar animal para diferenciarnos de la competencia</li> <li>• Estar al pendiente de los entes de control</li> </ul>	<p><b>Estrategias DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación para los impactos económicos futuros</li> <li>• Capacitación constante</li> <li>• Diseño de espacios adecuados que cumplan con los requerimientos sanitarios</li> </ul>

Nota: Elaboración propia

**Análisis Fortalezas:**

Las fortalezas se centran en el bienestar animal, y la combinación de ambientes tranquilos y relajantes los cuales permitirán disfrutar de un café de excelente calidad, y una gran variedad de alimentos que satisfacen todos los gustos de los clientes, así mismo mediante el uso de las redes sociales se promoverá no solamente el café, si no la tenencia y cuidado de los gatos, así como la sensibilización en la población local, con el fin de reducir las cifras de abandono en la ciudad de Bogotá.

### **Análisis Debilidades:**

En las debilidades identificadas se encuentran los costos de inicio para el modelo de negocio, debido a la poca experiencia en este mercado (café y adopción), lo cual genera una alta dependencia de los clientes hasta lograr una rentabilidad. Adicionalmente existe una alta dependencia en la tecnología dado que es fundamental tanto para la gestión de reservas, como la promoción en medios (redes sociales), por otro lado el espacio locativo debe cumplir estrictos requerimientos de higiene y sanidad con el fin de evitar problemas de salud en los clientes, sin comprometer la comodidad de los gatos, el personal ni los clientes, por último, es primordial la formación continua del personal, dado que el conocimiento de cuidado de gatos es esencial para el café.

### **Análisis Oportunidades:**

Actualmente, se encuentran varios establecimientos temáticos que atraen cada vez más todo tipo de clientes, lo que representa una oportunidad de generar experiencias únicas y personalizadas. Así mismo la creciente tendencia de sensibilización por el bienestar animal y adopción responsable, brinda la posibilidad de generar un acercamiento con la comunidad, así como lograr alianzas con fundaciones, refugios, entidades ONG en incluso entidades del gobierno distrital, permitiendo dar una visibilidad a la problemática de abandono animal y las medidas y recursos que se pueden utilizar con el fin de aportar a la disminución del maltrato hacia los animales.

### **Análisis Amenazas:**

Por último, aquellas amenazas para Miao Lounge se centra en la competencia directa de los otros establecimientos en la ciudad de Bogotá, puede reducir la cantidad de clientes en el café, por otro lado la regulación sanitaria puede presentar un desafío para cumplir cada una de

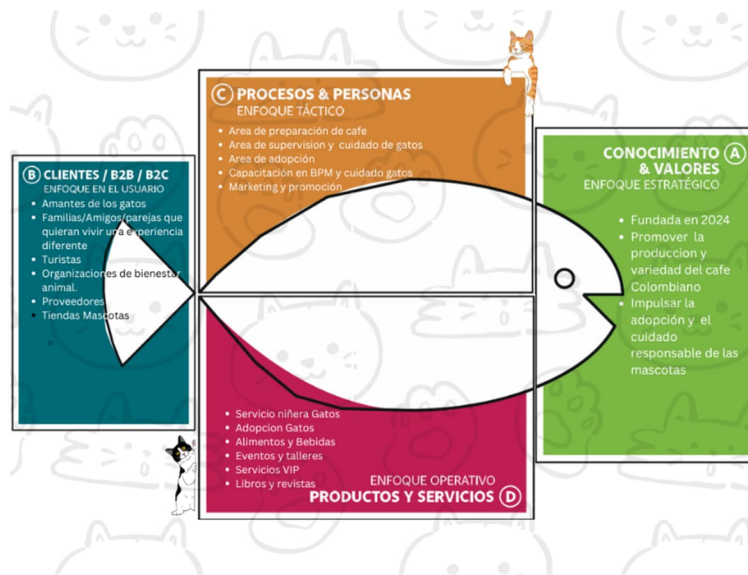
las normas tanto de manipulación de alimentos como de bienestar animal, desde el punto de vista económico los aranceles e impuestos y los posibles cambios en la reforma tributaria, pueden presentar una barrera para este modelo de negocio, dado que las altas tasas impositivas afectarían de manera negativa los flujos de efectivo.

Con lo anterior, se generan unas estrategias que permitirán minimizar las debilidades y amenazas presentadas las cuales están focalizadas en la planificación para impactos económicos, la inversión en tecnología para la seguridad e higiene del café, el uso al máximo de las redes sociales no solo para promoción del modelo de negocio, sino para promover el bienestar animal y forjar colaboraciones con fundaciones, por otro lado, se destacará en los productos del café y otros alimentos, mediante proveedores locales aportando de esta manera a la economía circular lo que es fundamental para la idea de negocio, dado que las buenas prácticas sostenibles formarán parte desde el inicio en el café.

### **PES estratégico**

Mediante la herramienta PES ESTRATEGICO, permitirá identificar el enfoque táctico, enfoque estratégico, enfoque en el usuario, y el enfoque operativo, enfocado en la lógica del océano azul, estrategia creada por W. Chan Kim y Renée Mauborgne, donde se crean oportunidades de negocio no explotados en la actualidad, y en los cuales se cumplen los siguientes principios: 1. Nuevos espacios de consumo 2. Nuevas ideas en la globalidad 3. Centrarse en los No-clientes y 4. Validación de la estrategia.

Ilustración 32 - PES Estratégico – Cat-fe



Nota: Elaboración propia

## Análisis de fortalezas y debilidades PES

### A. Know How / Valores/Historia.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos iniciales limitados para demostrar en el corto plazo el objetivo de responsabilidad social en el cuidado de los animales en el corto plazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El modelo de negocio innovador tiene como objetivo aumentar y proteger la productividad del café colombiano.</li> <li>• La adopción animal y un entorno confortable atraerán nuevos clientes para vivir una experiencia diferente en el sector.</li> </ul>

### B. Usuarios B2B/B2C

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No contar con suficientes servicios que permitan aumentar el nivel de clientes B2B</li> <li>• Necesita una gestión equilibrada, para cubrir las necesidades de los gatos y clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener una definición del segmento de clientes B2C y de los servicios requeridos</li> <li>• Se cuenta con información de las fundaciones y aliados para garantizar el cuidado y el proceso de adopción de los gatos</li> <li>• Se tiene un proceso definido para el cuidado a domicilio de los Gatos</li> </ul>

### C. Procesos/Instalaciones/ Agentes Internos

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección y seguimiento para garantizar adopciones adecuadas.</li> <li>• Mantenimiento adecuado del área de los gatos</li> <li>• Rotación de personal, lo que afecta la cantidad del servicio</li> <li>• Dependemos del flujo de clientes para que el negocio sea sostenible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitamos y fomentamos la adopción responsable de los gatos.</li> <li>• Las capacitaciones garantizaran la correcta prestación del servicio</li> <li>• Generamos ingresos adicionales mediante la venta de café y productos para gatos</li> </ul>

### D. Productos y Servicios

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las marcas de productos para gatos pueden no cubrir la expectativa de calidad de algunos clientes.</li> <li>• Limitaciones y división de espacios, para que los animales no afecten la calidad de los alimentos y bebidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificación de ingresos al ofrecer productos mixtos para clientes y gatos.</li> <li>• Experiencia única, dando la oportunidad de disfrutar un café, e interactuar con gatos teniendo la posibilidad de adoptarlos responsablemente.</li> <li>• Fomentar, el cuidado, adopción y manutención de gatos de forma responsable</li> <li>• Impulsar el café colombiano, variedad e historia.</li> </ul>

## 6.2 Normatividad empresarial

Para la constitución de una compañía en Colombia, se debe realizar una serie de pasos para la formalización de los negocios, entre estos se encuentran los siguientes:

- ✓ **Selección de empresa:** Miau Lounge se constituirá como una empresa SAS, dada su facilidad para la constitución. Entre las principales características se encuentran: sus accionistas responden hasta el monto de los aportes entregados, posee una estructura de gobierno flexible, se puede constituir por uno o varios accionistas,

mediante documento privado, adicionalmente el término de la duración de la compañía el cual puede ser indefinido.

- ✓ **Estatutos de la organización:** Se debe elaborar los estatutos de la compañía, dado que son los documentos legales que establecen la normativa interna de la organización y en el cual se incluye: objeto social, capital social, órganos de gobierno, entre otros.
- ✓ **Identificación código CIU:** Para Miau Lounge el código CIU que le corresponde es el 5613 - Expendio de comidas preparadas en cafeterías

### *Ilustración 33 - Descripción actividad económica*

5613 Expendio de comidas preparadas en cafeterías X

Esta clase incluye:

- La preparación y el expendio de alimentos para su consumo inmediato, mediante el servicio a la mesa. Por lo general, estos establecimientos expenden alimentos ligeros (que no constituyen comidas completas) que pueden ser o no, preparados dentro del establecimiento. No presentan una decoración estandarizada y pueden o no suministrar bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Esta clase excluye:

- Las cafeterías cuyo producto hace parte integral del servicio prestado por unidades que prestan el servicio de alojamiento. Se incluyen en la clase correspondiente de la división 55, «Alojamiento».

Cerrar y Continuar

*Nota: CCB – Cámara de comercio de Bogotá (Descripción actividades económicas (Código CIU))*

- ✓ **Registro único tributario:** Este proceso es gratuito y debe ser realizado ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), entidad la cual asignaría el NIT (Número de identificación tributaria)
- ✓ **Responsabilidades tributarias:** De acuerdo con la estructura de negocio, inicialmente se optará por el Régimen Simple de tributación, sistema que ofrece al empresario y al emprendedor un ahorro en los diferentes impuestos con tarifas bajas que se liquidan de acuerdo con el nivel de ingresos.

- ✓ **Inscripción en el RIT:** Es un proceso gratuito el cual debe realizarse en el proceso de la constitución de empresa, el RIT es el mecanismo de identificación de los contribuyentes para el ICA (Impuesto de industria y comercio)
- ✓ **Registro mercantil:** Ante la cámara de comercio de Bogotá, se debe llevar a cabo el proceso de inscripción de la empresa, los costos se encuentran alrededor de COP \$154.000 para empresas con activos superiores a \$15.611.884
- ✓ **Comunicación de apertura:** informar al comandante de estación o subestación de la policía Nacional de Colombia de la localidad (chopinero) la apertura del establecimiento.

### 6.3 Normatividad tributaria

Una vez obtenido el RUT y el NIT para Míau Lounge, inicialmente este se encontrará en el régimen simple de tributación, creado especialmente para los emprendedores y empresarios, generando de esta manera un ahorro en la carga impositiva. El régimen simple cuenta con los siguientes beneficios (**DIAN - Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales, 2023**):

- ✓ Tarifas que dependen de los ingresos brutos y la actividad económica que se desarrolle
- ✓ Incentivo a la bancarización del 0,5% descontando del impuesto a cargo
- ✓ Descuento del 4xmil

Adicionalmente, deberá realizar anticipos bimestrales en debida forma como compromiso por pertenecer al RST (régimen simple de tributación)

Se debe llevar la contabilidad bajo el estándar internacional de las pymes, en un software contable que se encuentra alineado con la facturación electrónica, dentro de las opciones elegidas se encuentra el ERP ODOO.

#### 6.4 Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros)

- ✓ **Sayco y Acinpro:** Se debe realizar la inscripción como nuevo establecimiento, y de acuerdo con las siguientes variables la organización de Sayco y Acinpro establecerán la tarifa: Ubicación, categoría, Capacidad y estrato, por lo anterior, se realiza la simulación en la página oficial y el costo se encuentra por COP \$1.248.200
- ✓ **Concepto sanitario:** Se debe realizar el proceso de inscripción del establecimiento en la página web <https://autorregulacion.saludcapital.gov.co/> con el fin de obtener el permiso sanitario para el funcionamiento de Miau Lounge
- ✓ **Certificaciones manipulación de alimentos:** Estas certificaciones son requeridas para los colaboradores del establecimiento, en este caso para los baristas, el curso puede ser realizado con instituciones como el SENA o con los diferentes centros de atención de la secretaría de Salud.
- ✓ **Sayco y Acinpro:** Se debe realizar la inscripción como nuevo establecimiento, y de acuerdo con las siguientes variables la organización de Sayco y Acinpro establecerán la tarifa: Ubicación, categoría, Capacidad y estrato, por lo anterior, se realiza la simulación en la página oficial y el costo se encuentra por COP \$1.248.200
- ✓ **Concepto sanitario:** Se debe realizar el proceso de inscripción del establecimiento en la página web <https://autorregulacion.saludcapital.gov.co/> con el fin de obtener el permiso sanitario para el funcionamiento de Miau Lounge
- ✓ **Certificaciones manipulación de alimentos:** Estas certificaciones son requeridas para los colaboradores del establecimiento, en este caso para los baristas, el curso

puede ser realizado con instituciones como el SENA o con los diferentes centros de atención de la secretaría de Salud.

### **6.5 Normatividad Laboral**

Dentro de la regulación colombiana, no existe una excepción o aplicación de un régimen especial, por lo cual se deberá cumplir con la normativa vigente en relación con la ley laboral:

- ✓ Máximo de horas semanales permitidas: 46 horas para el 2024, 44 horas para el 2025 y 42 horas para el 2026.
- ✓ Pago de prestaciones sociales, seguridad social y parafiscales
- ✓ Dotación y elementos de protección al personal
- ✓ Implementación del SST
- ✓ Implementación del reglamento interno de trabajo
- ✓ Otorgar permisos remunerados

### **6.6 Normatividad ambiental**

Con relación a la reglamentación ambiental, se deben cumplir con lo establecido por la secretaria general de Bogotá, entre las normas se encuentran las siguientes:

- ✓ Regulación en relación con los niveles de intensidad auditiva – resolución 0627 del 2006
- ✓ Cumplimiento de horarios establecidos por la actividad económica – art. 83 de la ley 1801 del 2016
- ✓ Condiciones de seguridad – art. 42 de la ley 1575 del 2012
- ✓ Normativa referente al uso del suelo – finalidad para la que fue construida la edificación
- ✓ Disposición adecuada de residuos

- ✓ Control integral de plagas
- ✓ Limpieza y desinfección de áreas, equipos y utensilios
- ✓ Buenas prácticas de manufactura e higiene para el personal de Miau Lounge

## **6.7 Registro de marca y propiedad intelectual**

### **6.7.1 Registro de marca**

Con el fin de proteger y asegurar la identidad de marca de Miau Lounge, se detallan los procesos claves a seguir con la Superintendencia de industria y comercio:

- ✓ Búsqueda de antecedentes: con el fin de validar que el nombre y el logo no se encuentren ya registrados o en uso.
- ✓ Solicitud de registro: una vez verificado que el nombre y el logo no se encuentran en uso se debe realizar la solicitud de registro ante la SIC que incluye: Nombre de la marca (Miau Lounge) – descripción de los productos y servicios, Logotipo, pago de tasas
- ✓ Clasificación de la Niza: De acuerdo con la categoría internacional Miau Lounge clasificaría en la clase 43 (servicios de restaurante y cafetería), así como alguna clase de cuidado de animales (relacionado con los gatitos que estarán en el café)
- ✓ Examen de solicitud: la SIC evaluará si se cumple con todos los requisitos legales y si no existe oposiciones de terceros, este proceso puede tardar varios meses
- ✓ Registro y publicación: Si la solicitud es aprobada por la SIC, la marca queda registrada otorgando a Miau Lounge derechos exclusivos de uso en el territorio por un período inicial de 10 años, renovable.

### 6.7.2 Propiedad intelectual

Existen además del proceso de registro de marca, otros elementos clave para el desarrollo del negocio que pueden estar protegidos por la propiedad intelectual:

- ✓ **Derechos de autor:** En dado caso que *Miau Lounge* utilice creaciones originales como ilustraciones, diseño gráfico, contenido de marketing, o incluso recetas únicas, estos pueden ser protegidos bajo la ley de derechos de autor. Este registro otorga al creador el derecho exclusivo de reproducción y distribución de sus obras.
- ✓ **Propiedad industrial:** Si se desarrollan productos o tecnologías innovadoras dentro del café (por ejemplo, un proceso único para el cuidado de los gatos o un dispositivo especializado), se puede explorar el registro de patentes o modelos de utilidad, dependiendo de la originalidad y la invención.
- ✓ **Diseño industrial:** Si el mobiliario, decoración o espacios de *Miau Lounge* tienen un diseño único y distintivo, se pueden registrar como diseños industriales, asegurando la exclusividad sobre su estética.

#### **Consideraciones Internacionales:**

En el futuro se plantea la posibilidad de realizar la expansión de *Miau Lounge* con otros países se debe considerar el registro de la marca en cada territorio que quiera hacer presencia, para este proceso se puede optar por un registro internacional a través del Sistema de Madrid, que facilita el proceso en varios países al presentar una única solicitud.

## 7. ASPECTOS FINANCIEROS

El panorama económico proyectado para Colombia en los próximos años refleja un entorno favorable para la implementación de nuevos emprendimientos como Míau Lounge. Con un crecimiento del PIB esperado de 2,8% para 2025 y de 3,5% para 2026, el país muestra señales de recuperación económica y un entorno propicio para la inversión. Además, la reducción gradual de la inflación, con un estimado de cierre en 5,4% para 2024 y una disminución al 3,8% en 2025 (**BBVA Research Colombia, 2024**) indica una estabilización de los precios, lo que podría incentivar el consumo y aumentar la capacidad adquisitiva de los clientes potenciales. Estas condiciones económicas permiten proyectar un mercado más receptivo y con mayores oportunidades para el desarrollo y consolidación de propuestas innovadoras como este cat café, que busca posicionarse como un referente en la oferta de experiencias temáticas en la ciudad.

En función con el análisis financiero realizado se detallan los resultados clave que sustentan la viabilidad del proyecto y su puesta en marcha:

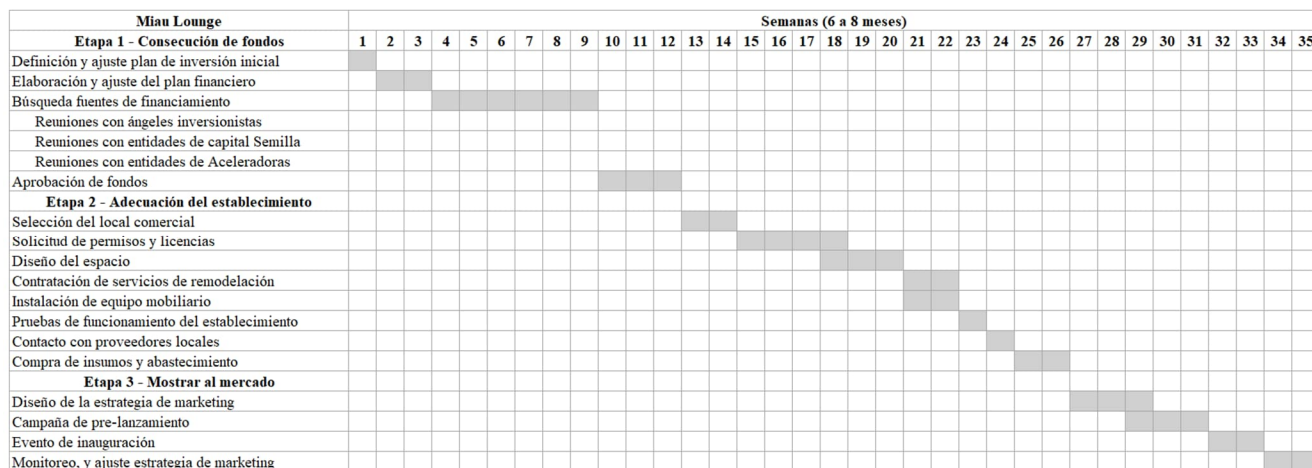
### 7.1 Período de arranque

Es importante conocer e identificar cada uno de los pasos necesarios para el período de arranque o la puesta en marcha de Míau Lounge, de acuerdo con (**Fundación Acción contra el Hambre, 2013**) este período se concentra en tres etapas:

- Consecución de fondos
- Adecuación del establecimiento
- Mostrar al mercado la función del modelo de negocio

Se detalla a continuación el cronograma que incluye las principales etapas descritas y las actividades específicas que las conforman, el cual tiene como objetivo garantizar una ejecución organizada, sistemática y eficiente, se estima entre 6 y 8 meses, la ejecución de este cronograma:

**Ilustración 34 - Cronograma puesta en marcha**



Nota: Elaboración propia

## 7.2 Supuestos macroeconómicos

La elaboración de la proyección financiera de Miau Lounge ha considerado un marco macroeconómico clave para sustentar su viabilidad y dirección estratégica. Basándose en las proyecciones publicadas por el Grupo Bancolombia, se prevé un crecimiento positivo del PIB, lo que indica un entorno económico favorable para estimular el consumo y las actividades comerciales.

Asimismo, el pronóstico de un decrecimiento en la inflación sugiere una mayor estabilidad en los costos y en el poder adquisitivo de los consumidores, elementos fundamentales para un negocio orientado a la experiencia y el entretenimiento como un cat café.

Estos indicadores macroeconómicos no solo refuerzan la confianza en la inversión, sino que también permiten estructurar una proyección de ingresos y costos ajustada a la realidad económica del país. Con ello, Miau Lounge se posiciona estratégicamente para aprovechar el crecimiento económico y adaptarse a un entorno de precios más controlado, potenciando su propuesta de valor.

### **7.3 Período improductivo**

En esta etapa se alinea con el cronograma del período de arranque, inicia específicamente en la etapa 2, donde se inicia la solicitud de permisos, y el diseño y acondicionamiento del local, en la etapa 3 durante la elaboración de la estrategia de marketing, se tendrá la contratación del personal requerido para el café, así como los procedimientos de capacitación para antes del evento de inauguración, por lo cual este período será en un período de 26 semanas (aproximadamente de 6 meses).

Durante, este período no se generarán ingresos, pero se incurrirán en gastos durante al menos 6 meses.

### **7.4 Proyecciones e indicadores financieros**

#### **Proyección de ingresos**

Para el primer año, se establecen unas ventas anuales de COP \$1.012.634.000 con una venta en cantidades de 105.500 las cuales están conformadas por el promedio de venta unitario de las bebidas calientes con café, otras bebidas calientes y bebidas frías, se detalla a continuación, la composición de cada concepto y su valor unitario de venta:

**Ilustración 35 - Detalle bebidas Calientes**

<b>Bebidas calientes con cat fe</b>	<b>N/a</b>	<b>Leche Entera</b>	<b>Leche Deslactosada</b>	<b>Leche de Soya</b>	<b>Leche de Almendras</b>	<b>Leche de Avena</b>	<b>Promedio</b>
Americano	\$ 6.000	-	-	-	-	-	\$ 6.000
Espresso	\$ 4.200	-	-	-	-	-	\$ 4.200
Capuchino Tradicional	-	\$ 10.500	\$ 11.200	\$ 12.500	\$ 13.500	\$ 13.000	\$ 12.140
Capuchino Vainilla	-	\$ 10.700	\$ 11.400	\$ 12.700	\$ 13.700	\$ 13.200	\$ 12.340
Latte tradicional	-	\$ 7.500	\$ 8.200	\$ 9.300	\$ 10.300	\$ 11.000	\$ 9.260
Latte Caramelo	-	\$ 7.800	\$ 8.500	\$ 9.600	\$ 10.600	\$ 11.300	\$ 9.560
Latte Vainilla	-	\$ 7.700	\$ 8.400	\$ 9.500	\$ 10.500	\$ 11.200	\$ 9.460
Latte Avellana	-	\$ 7.900	\$ 8.600	\$ 9.700	\$ 10.700	\$ 11.400	\$ 9.660
Moccachino	-	\$ 8.500	\$ 9.200	\$ 9.500	\$ 10.200	\$ 10.700	\$ 9.620
<b>Promedio de venta unitario</b>							<b>\$ 9.138</b>

Nota: Elaboración propia.

**Ilustración 36 - Detalle bebidas Calientes Non Cat-fe**

<b>Otras bebidas Calientes Non- Cat-fe</b>	<b>N/a</b>	<b>Leche Entera</b>	<b>Leche Deslactosada</b>	<b>Leche de Soya</b>	<b>Leche de Almendras</b>	<b>Leche de Avena</b>	<b>Promedio</b>
Té Negro	\$ 4.600	-	-	-	-	-	\$ 4.600
Té Chai	\$ 7.000	7.500	7.700	8.300	8.800	9.200	\$ 8.083
Té con leche	-	\$ 5.500	\$ 5.600	\$ 5.700	\$ 5.800	\$ 5.900	\$ 5.700
Té de frutas	7.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.000
Té Matcha	7.500	\$ 7.700	\$ 7.900	\$ 8.500	\$ 8.900	\$ 9.400	\$ 8.317
Aromática	4.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.500
Aromática de frutas	6.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.500
Chocolate caliente	-	\$ 7.500	\$ 8.000	\$ 8.200	\$ 8.500	\$ 9.200	\$ 8.280
Chocolate caliente con marmelos	-	\$ 8.200	\$ 8.700	\$ 8.900	\$ 9.200	\$ 9.900	\$ 8.980
Milo caliente	\$ -	9.500	10.000	10.700	11.200	10.900	\$ 10.460
Milo caliente con marmelos	\$ -	10.200	10.700	11.400	11.900	11.600	\$ 11.160
<b>Promedio de venta unitario</b>							<b>\$ 7.598</b>

Nota: Elaboración propia.

**Ilustración 37- Detalle bebidas frías**

<b>Bebidas Frías</b>	
Té Chai Frío	\$ 12.000
Frappe de café	\$ 16.500
Batidos de frutas	\$ 10.500
Granizado de café	\$ 9.000
Malteadas	\$ 13.000
Malteada de café	\$ 14.500
Café Afogato	\$ 15.000
<b>Promedio de venta unitario</b>	<b>\$ 12.929</b>

Nota: Elaboración propia.

Las ventas por concepto de panadería y repostería contemplan ventas anuales de COP \$743.664.000 con unidades vendidas de 60.000, el detalle de estos alimentos se muestra a continuación y su respectivo valor unitario:

**Tabla 29- Detalle panadería Cat-fe**

<b><u>Panadería</u></b>	
Cinamon roll	\$ 7.000
Croissant de almendras	\$ 8.000
Croissant de pistachos	\$ 8.500
Pan artesanal de cereales	\$ 14.500
Pan de miel blanco	\$ 12.500
Pan de miel integral	\$ 18.000
Pan de banano con Agraz	\$ 16.000
Galletas de avena	\$ 5.000
Galletas con chips de chocolate	\$ 6.000
Galletas de almendras	\$ 5.500
Galletas rellenas	\$ 17.000
<b><u>Promedio unitario de venta</u></b>	<b><u>\$ 10.727</u></b>

*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 30 - Detalle panadería Cat-fe**

<b><u>Repostería</u></b>	
Milhojas	\$ 15.000
Tartaletas de frutas	\$ 15.500
Muffins	\$ 8.500
Torta de zanahoria	\$ 14.900
Torta de chocolate	\$ 14.900
Torta de selva negra	\$ 15.500
Torta de Agraz y Amapola	\$ 15.500
Torta de red velvet	\$ 15.500
Brownies con helado	\$ 16.000
Tiramisú	\$ 18.000
Alfajores	\$ 8.000
<b><u>Promedio unitario de venta</u></b>	<b><u>\$ 14.300</u></b>

*Nota: Elaboración propia.*

Adicionalmente, Cat-fe contará con servicios de niñera, souvenirs e insumos para gatos los cuales tendrán unas ventas anuales de COP \$1.584.300.000.

Por lo anterior se esperan obtener las siguientes ventas anuales consolidadas con un total de COP \$3.347.744.000 con cada una de las líneas de negocio de Cat-fe, los precios de venta marcados anteriormente se encuentran con base a la lista de precios del sector y establecimientos de venta de café (como por ejemplo Juan Valdez, Dunkin Donuts, Mistral), así como los comercios de repostería y panadería.

### Ilustración 38 - Ingresos Primer año

INGRESOS/VENTAS DEL PRIMER AÑO					
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	CANTIDADES	PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA		INGRESOS TOTALES	
Bebidas Calientes con Cat-fe Colombiano	50.500,00	\$	9.138,00	\$	461.469.000 14%
Otras bebidas Calientes	30.000,00	\$	7.598,00	\$	227.940.000 7%
Bebidas frías	25.000,00	\$	12.929,00	\$	323.225.000 10%
Panadería y repostería	60.000,00	\$	12.513,50	\$	750.810.000 22%
Servicios de niñera	40,00	\$	120.000,00	\$	4.800.000 0%
Arena Gato Maiz Cat 4kg - Bioedegradable	3.000,00	\$	30.000,00	\$	90.000.000 3%
Arena Gato Maiz Cat 10kg - Bioedegradable	2.800,00	\$	65.000,00	\$	182.000.000 5%
Arena Gato Maiz Cat 20 kg - Bioedegradable	1.800,00	\$	100.000,00	\$	180.000.000 5%
Alimento gatos 5kg	9.500,00	\$	65.000,00	\$	617.500.000 18%
Alimento gatos 10kg	3.000,00	\$	170.000,00	\$	510.000.000 15%
TOTAL				\$	<b>3.347.744.000 100%</b>

Nota: Elaboración propia.

### Proyección de Gastos y Costos

Teniendo en cuenta los gastos en los que se deben incurrir para el modelo de negocio, los gastos y costos asociados al proyecto se definen así:

- ✓ **Costos:** En este ítem se encuentran asociados los costos de ventas del proyecto, los cuales para el primer año se encuentran en COP \$2.414.520.000, y con los cuales se esperan obtener un margen de utilidad de aproximadamente el 20%

### Ilustración 39 - Gastos Primer año

COSTOS DE CADA PRODUCTO O SERVICIO					
NOMBRE DEL PRODUCTO SERVICIO	CANTIDADES	COSTO UNITARIO DEL PDTO O SERVICIO		COSTOS TOTALES	
Bebidas Calientes con Cat-fe Colombiano	50500	\$	7.310,00	\$	369.155.000 15%
Otras bebidas Calientes	30000	\$	6.079,00	\$	182.370.000 8%
Bebidas frías	25000	\$	10.343,00	\$	258.575.000 11%
Panadería y repostería	60000	\$	8.582,00	\$	514.920.000 21%
Servicios de niñera	40	\$	-	\$	- 0%
Arena Gato Maiz Cat 4kg - Bioedegradable	3000	\$	20.000,00	\$	60.000.000 2%
Arena Gato Maiz Cat 10kg - Bioedegradable	2800	\$	50.000,00	\$	140.000.000 6%
Arena Gato Maiz Cat 20 kg - Bioedegradable	1800	\$	90.000,00	\$	162.000.000 7%
Alimento gatos 5kg	9500	\$	45.000,00	\$	427.500.000 18%
Alimento gatos 10kg	3000	\$	100.000,00	\$	300.000.000 12%
		TOTAL		\$	2.414.520.000 100%

*Nota: Elaboración propia.*

✓ **Gastos:** En este rubro, se encuentran los gastos que sí o sí, el modelo de negocio incurrirá de manera mensual, entre ellos se encuentran:

- **Nómina:** el detalle mensual se puede visualizar en las tablas 26,27 y 28 con un gasto anual de COP \$227.921.712.
- **Publicidad:** En este presupuesto se contempla la publicidad en redes sociales y las colaboraciones con distintas fundaciones con el fin de atraer clientes, dar a conocer a Míau Lounge y generar contenido responsable sobre el bienestar animal y adopción responsable
- **Gastos fijos:** se encuentran en este rubro, los arrendamientos, servicios públicos, telefonía celular, y pólizas. El valor al año se encuentra por COP \$150.173.390. No se requerirá servicio de seguridad dado que se implementarán las cámaras de seguridad en el local.

#### **Proyección costos y gastos**

El costo de ventas representa el componente más significativo del total de costos, y con tendencia a aumentar debido a las supuestos macroeconómicos proyectados para los siguientes años, sin embargo, se alinean en parte con el crecimiento de las ventas. Por otro lado, los gastos

administrativas tienden a tener una ligera reducción, lo cual pretende lograr mejor optimización y gestión financiera a lo largo de la proyección.

El control sobre los gastos administrativos y fijos asegura que los costos no crezcan de manera desproporcionada frente a los ingresos.

### **Gráfico 1 - Proyección costos y gastos**

*Nota: Elaboración propia*

#### **Inversión Inicial y Capital de trabajo**

Miau Lounge inicialmente no requerirá terrenos, teniendo en cuenta que se tendrá un pago mensual por arrendamiento del establecimiento, así mismo, la inversión inicial necesaria es de \$57.804.122, el cual se detallan en los siguientes rubros:

- Propiedad, planta y equipo: Se requiere una inversión de \$49.275.380 (detalle se puede ver en la tabla 20 de requerimientos)
- Muebles y ensere: se contempla toda la mueblería del café, la utilería para los baristas y prestación del servicio, así como los amoblados y accesorios necesarios para los gatos, el costo de la inversión será de COP \$3.528.742
- Puesta en marcha: Por último, como gastos de puesta en marcha se requiere una inversión de \$5.000.000

En relación con el capital de trabajo, se requieren \$233.551.258,50, donde este monto representa los recursos necesarios para cubrir las necesidades de operación por 1 mes del modelo de negocio;

- Costos operativos: Representan los costos asociados directamente con la operación de Miau Lounge con un valor de \$201.210.000, siendo esta la más representativa del capital de trabajo
- Nóminas, marketing y gastos fijos: corresponden a los rubros de salarios y beneficios a empleados, los recursos asignados al área de marketing y el alquiler y servicios públicos del local comercial

Por otro lado, el aporte de los emprendedores se encuentra en un monto de \$150.000.000 por lo cual, se deberá solicitar una financiación o un capital semilla para la operación de aproximadamente 142 millones de pesos, esto monto será solicitado en distintas entidades en la etapa 1 del cronograma de puesta en marcha

### **Indicadores financieros**

De acuerdo con la simulación financiera, el VPN se encuentra por valor de COP\$585.526.113,12 , lo cual indica que es viable llevar a cabo el modelo de negocio, pues el VPN al ser mayor a cero es Positivo, demostrando así que los costos son menores a los ingresos esperados, sugiriendo de esta manera que el retorno de la inversión inicial es favorable generando así beneficios económicos, adicionalmente este VPN puede atraer futuros inversores con el fin de potenciar la rentabilidad y el éxito del emprendimiento. Frente al período de recuperación de la inversión realizada esta será de 2,8 años, lo cual es altamente optimista reforzando la viabilidad del proyecto.

En relación con la TIR que se encuentra en el 39,95%, es superior a la tasa de evaluación de proyecto la cual es del 16%, lo cual indica que la rentabilidad del modelo de negocio es considerablemente alta, lo cual proporciona un retorno mayor y fortalece la viabilidad, sugiriendo un potencial de beneficios económicos, así mismo, avala la hipótesis planteada desde

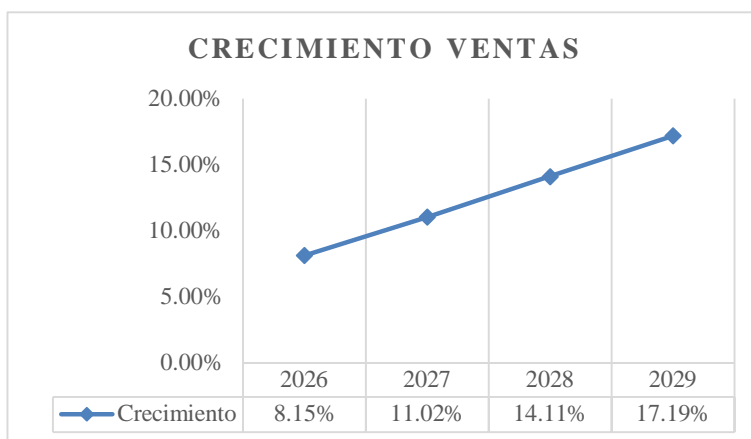
el inicio. Sin embargo, es importante seguir validando las proyecciones del entorno económico y como pueden afectar a Miau Lounge

Para obtener el punto de equilibrio se deben vender al menos 22.008,58 unidades para que los ingresos totales iguallen a los costos totales, sin generar ni pérdidas ni ganancias, para el primer año se proyecta realizar ventas por 185.640 unidades, lo cual superaría en menos de un año las ventas requeridas para no generar ni perdidas ni ganancias.

### Análisis vertical Estado de resultados

De acuerdo con el simulador financiero, se proyecta un crecimiento anual en las ventas de aproximadamente un 3%, reflejando una mayor penetración en el mercado de la ciudad de Bogotá. Este crecimiento permitirá a Miau Lounge implementar sus actividades clave de manera efectiva, destacándose por su propuesta de valor centrada en promover la adopción responsable y establecer alianzas estratégicas con fundaciones.

**Gráfico 2 - Crecimiento anual ventas 2025-2029**

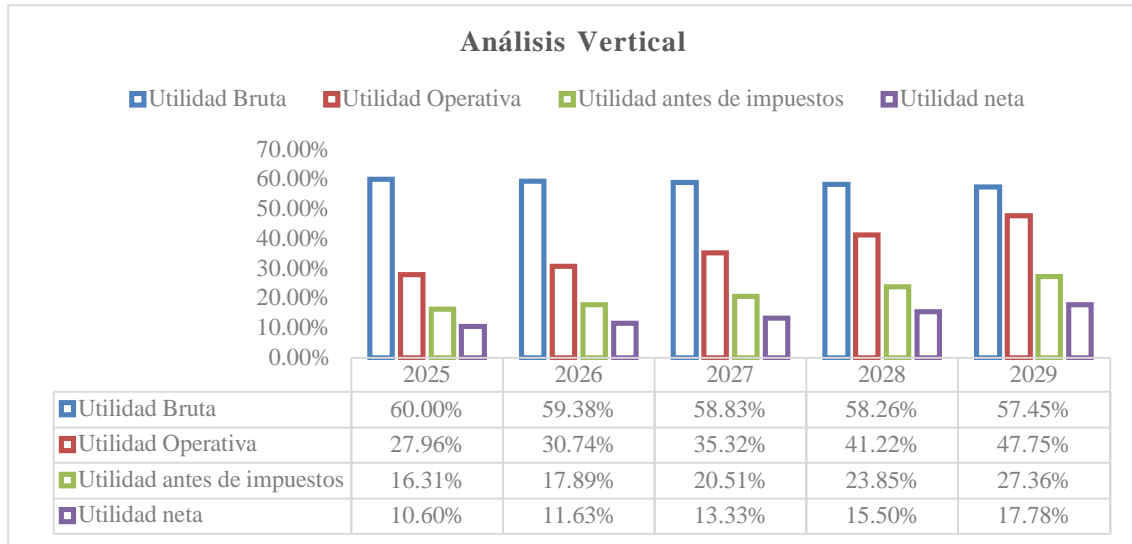


*Nota: Elaboración propia*

De acuerdo con el análisis horizontal realizado, se evidencia que la utilidad antes de impuestos y la utilidad neta, tienden a tener un crecimiento durante los años 2025-2029, lo cual se proyecta una buena gestión financiera en los resultados de la organización, Estos resultados

respaldan el enfoque en penetrar el mercado y generar valor sostenible a través de una mejor eficiencia y control de costos.

**Gráfico 3 – Análisis vertical**



*Nota: Elaboración propia*

### **Costo de oportunidad de la inversión**

Teniendo en cuenta que la tasa promedio de los CDT y CDAT es del 8,78%, teniendo en cuenta que, para los años proyectados y la utilidad neta, se estima desde el 8,47% al 9,48%, lo cual esta es comparable con la manejada en el sector financiero, para los años 2028 y 2029, el margen de la utilidad neta es superior con una tendencia a seguir creciendo en el mercado.

El valor agregado de Miau Lounge no solo reside en su rentabilidad financiera, sino también en los siguientes factores que amplían el retorno para los inversionistas:

#### **1. Impacto social y Ambiental:**

- Miau Lounge se diferencia al generar valor social mediante la promoción de adopciones responsables y la colaboración con fundaciones de protección animal.
- Esto crea una conexión emocional con los consumidores y construye una base de clientes leales, difícil de replicar en el sector financiero.

## 2. Alianzas estratégicas:

- Las alianzas con fundaciones permiten diversificar ingresos (talleres, eventos) y fortalecer la propuesta de valor, aumentando el atractivo del negocio frente a inversiones tradicionales.

## 3. Crecimiento proyectado del mercado de mascotas:

- La industria de las mascotas en Bogotá y Colombia muestra un crecimiento sostenido, posicionando a Míau Lounge en un sector con alta demanda.
- Esta tendencia ofrece mayor estabilidad y potencial de crecimiento que algunas inversiones financieras, particularmente en un contexto económico incierto.

## 4. Reinversión y sostenibilidad del negocio:

- A diferencia de los retornos financieros fijos, las utilidades de Míau Lounge pueden reinvertirse para generar mayor crecimiento y expansión, lo cual multiplica el retorno total de la inversión.

## Conclusión

Si bien el rendimiento inicial de Míau Lounge es comparable al sector financiero, su propuesta de valor supera el costo de oportunidad al ofrecer:

- Un retorno financiero competitivo a mediano plazo.
- Impacto social significativo.
- Participación en un sector en crecimiento con oportunidades de expansión.

Esto convierte a Míau Lounge en una inversión atractiva no solo desde la perspectiva financiera, sino también desde la óptica del impacto social y ambiental, lo que responde a las tendencias modernas de inversión responsable.

## 7.5 Fuentes de financiación

La estrategia de financiación para Míau Lounge refleja un enfoque pragmático y orientado a minimizar costos asociados a intereses bancarios. Se presenta a continuación las alternativas analizadas en dos opciones:

- Opción 1: Enfoque con financiación alternativa
  - Ángeles inversionistas: Se buscarán inversionistas que deseen aportar capital, experiencia y contactos para el crecimiento de Míau Lounge, cuando el modelo de negocio llegué a su fase más alta, podrá realizarse el retorno de la inversión realizado.
  - Entidades Aceleradoras: Como segunda alternativa, se participará de manera activa en programas de aceleración para emprendedores con el fin de recaudar el capital requerido, así como apoyarse con estas entidades para crecer y escalar en el mercado.
  - Capital semilla: Con los diferentes programas que posee el país, se participará de manera activa con estas entidades con el fin de obtener los recursos necesarios para la operación de Míau Lounge, entre estas entidades se encuentran el Fondo Emprender del SENA y el crowdfunding

La gran apuesta por parte del equipo emprendedor es poder tener una de estas alternativas como financiación, dado que un crédito bancario al ser tan costoso impactaría de manera directa en el PyG de la organización, sin embargo, se convertiría en la opción 2 con las siguientes características:

- Tasa de interés: En comparación con los bancos del mercado, la mejor opción es la tasa de interés ofrecida por el banco popular con un 16,78% siendo la más baja del mercado.
- Monto máximo: El límite de 149 millones de pesos es adecuado para cubrir el déficit proyectado de \$141,355,380.50, asegurando que el crédito pueda satisfacer las necesidades financieras del proyecto.
- Plazo de crédito: El período será de 5 años, período que permite distribuir las cuotas en un tiempo razonable, reduciendo la presión de pago mensual. Sin embargo, se debe evaluar la capacidad de flujo de caja del negocio para garantizar que los pagos puedan cumplirse sin afectar la operación.

**Ilustración 40 – Simulación crédito financiero**

TASA DE INT ANUAL CRÉDITO		AÑOS DE CRÉDITO			
16.78%		5			
CALCULO DEL PRÉSTAMO					
AÑO 0	inicial	interés	amort	cuota	final
					\$ 141,355,380.5
2025	\$ 141,355,380.5	\$ 23,719,432.8	\$ 20,239,932.4	\$ 43,959,365.3	\$ 121,115,448.1
2026	\$ 121,115,448.1	\$ 20,323,172.2	\$ 23,636,193.1	\$ 43,959,365.3	\$ 97,479,254.9
2027	\$ 97,479,254.9	\$ 16,357,019.0	\$ 27,602,346.3	\$ 43,959,365.3	\$ 69,876,908.6
2028	\$ 69,876,908.6	\$ 11,725,345.3	\$ 32,234,020.0	\$ 43,959,365.3	\$ 37,642,888.6
2029	\$ 37,642,888.6	\$ 6,316,476.7	\$ 37,642,888.6	\$ 43,959,365.3	\$ -

*Nota: Elaboración Simulador Financiero EAN*

**7.6 Salida de inversión**

**Éxito de la idea de negocio:**

En el escenario más optimista, Miau Lounge será un éxito en el mercado, asegurando el retorno de la inversión, lo que permitirá revisar otras opciones de expansión, entre ellas se encuentran:

- Realizar la reinversión de las utilidades para la mejorar del establecimiento y ampliación de servicios.
- Apertura de nuevas sucursales en otras partes de la ciudad, progresivamente en el departamento de Cundinamarca y a futuro en gran parte del territorio nacional, esto con el fin de aumentar el alcance del proyecto
- Creación de una fundación, la cual permitirá recibir donaciones externas y utilizar las utilidades del negocio para impulsar el rescate y cuidado de más gatos en condición de vulnerabilidad.

Teniendo en cuenta, que Miao Lounge es una oportunidad para ayudar a los gatitos en condición de vulnerabilidad, no se dimensiona realizar la venta del negocio una vez este tenga una operación exitosa, pues el negocio es el corazón de los fundadores y la razón de su creación.

#### **No Éxito en la idea de negocio:**

En el caso pesimista, que el modelo de negocio no sea exitoso, el objetivo no es abandonar la idea, si no realizar una reestructuración en la misma, con el fin de que esta pueda evolucionar y sostenerse, sin comprometer el propósito, para ello se evalúan las siguientes opciones:

- Realizar una evaluación de los componentes del modelo que no han funcionado y ajustarlos
- Aplicar a subsidios gubernamentales, con el fin de obtener un financiamiento que permita reestructurar el negocio.
- Priorizar las actividades que generen mayor impacto social (como el cuidado de los gatos en vulnerabilidad) y ajustar o eliminar aquellas que sean financieramente insostenibles.

## **Conclusión**

En caso de fracaso, el plan no sería abandonar el propósito, sino buscar maneras de reestructurarlo para que sea sostenible.

En caso de éxito, el objetivo principal será reforzar el impacto social del negocio, expandir su alcance y garantizar su permanencia sin comprometer los valores que lo impulsaron.

Esto asegura que *Miau Lounge* siga siendo el "corazón" de los fundadores mientras cumple su misión de ayudar a los gatos en vulnerabilidad.

## **8. ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD**

Miau Lounge es un café que busca crear su propio espacio en la localidad de chapinero, donde los visitantes del sector puedan disfrutar de un café de calidad, aperitivos y al mismo tiempo interactuar con gatos apadrinados que buscan un hogar. Nos enfocaremos en una visión sostenible que abarque cuatro dimensiones clave, social, económica, ambiental y de gobernanza

Para este enfoque consideraremos los ODS globales de sostenibilidad, adoptados por todos los estados miembros de las naciones unidas desde el 2015

### **8.1 Dimensión social:**

El ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), ODS 12 (Producción y consumo responsables) y ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres) tienen una relación directa con la gestión social y ambiental de Miau Lounge, que busca promover la adopción responsable de animales, jugando un papel fundamental en el fomento de la adopción responsable, sensibilizando a la comunidad sobre el bienestar animal y los beneficios que los gatos pueden generar en sus vidas, desde que cumplan con un cuidado responsable

#### **Acciones:**

- Apadrinamiento y adopción: Miau Lounge será un espacio de adopción para gatos en condición de apadrinamiento de fundaciones locales, los clientes podrán interactuar con los animales en un ambiente seguro, lo que puede generar una conexión y facilitar su adopción.
- Alianzas con fundaciones Locales: Este tipo de alianzas permitirá crear un entorno sostenible de adopción, reduciendo los costos de mantenimiento y cuidado.

- Programas de educación: Crear charlas de sensibilización, que involucren talleres y eventos educativos, sobre el correcto cuidado y la adopción responsable

## **8.2 Dimensión ambiental:**

ODS 6 (Agua limpia y saneamiento): Reducir el consumo de agua y promover su uso responsable, ODS 7 (Energía asequible y no contaminante): Adoptar fuentes de energía renovable y mejorar la eficiencia energética, ODS 12 (Producción y consumo responsables), ODS 13 (Acción por el clima), ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres): Apoyar la conservación de los ecosistemas locales y promover el uso responsable de los recursos.

La sostenibilidad ambiental de Míau Lounge buscara minimizar el impacto ecológico, promoviendo practicas responsables para el cuidado del medio ambiente.

### **Acciones:**

- Productos Orgánicos: Buscaremos elaborar productos utilizando productos orgánicos, también buscaremos proveedores de café en el departamento de Cundinamarca para apoyar el abastecimiento local y reducir la huella de carbono.
- Energía renovable: Se buscará instalar paneles solares que apoyen algunos procesos energéticos requeridos , creando un ambiente renovable y reduciendo el consumo e impacto.
- Gestión de Residuos: Implementar un correcto uso de reciclaje para ayudar al compostaje y reutilización de los materiales

### **8.3 Dimensión económica:**

Los ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura), son vitales para asegurar que el negocio sea económicamente viable, generando empleo, mediante la adopción de prácticas responsables.

En esta dimensión buscamos asegurar que Miau Lounge sea un negocio viable en el tiempo.

#### **Acciones:**

- Modelo de Negocio inclusivo: Tener precios accesibles, para asegurar la rentabilidad del negocio.
- Diversificación: Crear productos y actividades relacionadas con los gatos, como gatoterapia, yoga terapia, accesorios, que generen ingresos adicionales.
- Capacitación: Invertir en la formación de los empleados para que puedan cuidar correctamente a los animales y ofrecer un servicio de calidad a los clientes de Miau Lounge.

### **8.4 Dimensión de gobernanza:**

El ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas) tiene una relación directa con la ética y la transparencia en la gestión empresarial. Para Miau Lounge, esto implica la rendición de cuentas, la participación comunitaria y el cumplimiento de normativas.

**Acciones:**

Rendición de cuentas y transparencia: Se harán publicaciones anuales de los planes de acción relacionados con las responsabilidad social, ambiental y económica, incluyendo detalles como numero de gatos dados en adopción, soporte a las fundaciones e impacto que estas acciones tienen en la dimensión ambiental.

- Comunidad: Fomentar la participación de los clientes y transeúntes del sector, a través de encuestas, actividades y reuniones informativas, para asegurar el cumplimiento de todas las regulaciones, leyes y normativas, en términos de bienestar animal y prácticas empresariales y ambientales

**Tabla 31 - Matriz de sostenibilidad *Miau Lounge***

Dimensión	Acciones	Métricas
Social	- Apadrinamiento y adopción - Alianzas con fundaciones Locales - Programas de educación	- Número de adopciones. - Participación en programas educativos. - Satisfacción de clientes.
Ambiental	- Productos Orgánicos - Energía renovable -Gestión de residuos	- % de productos locales/ orgánicos. - % de energía renovable. - % de residuos reciclados.
Económica	- Modelo de negocio inclusivo -Diversificación -Capacitación	- Rentabilidad. - % de ganancias donadas. - Crecimiento de base de clientes.
Gobernanza	-Rendición de cuentas y transparencia -Comunidad	- Publicación de informes anuales. - Participación comunitaria. - Cumplimiento normativo.

*Nota: Elaboración propia*

## 9. CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis detallado de las distintas fases de creación e investigación, se concluye que el modelo de negocio de Míau Lounge es viable, y tiene un alto potencial para convertirse en un referente dentro del sector HoReCa (Hoteles, Restaurantes y Cafés) en Bogotá. Se presentan a continuación las conclusiones derivadas de los estudios realizados, con un enfoque en los objetivos planteados:

En primer lugar, la fase de investigación permitió identificar una necesidad insatisfecha en el mercado: la falta de establecimientos que combinen experiencias temáticas con un enfoque social, ambiental y sostenible. Este descubrimiento valida el concepto de Míau Lounge como un espacio que no solo ofrece productos de calidad, sino también una experiencia única, en donde la interacción con gatos en un ambiente cuidadosamente diseñado genera un atractivo emocional y diferencial frente a otros negocios que hacen parte del mismo sector. Es por ello por lo que el objetivo de crear un concepto innovador que conecte con el bienestar animal y humano se cumple de manera clara y efectiva, en la propuesta de Míau Lounge.

En segundo lugar, el estudio de mercado arrojó resultados favorables al demostrar un interés significativo por cafés gato temáticos en Bogotá. La preferencia de los consumidores por lugares que trasciendan lo tradicional, reafirmando el potencial de Míau Lounge para captar una audiencia diversa, con pensamientos enfocados a la responsabilidad y cuidado animal, generando una atracción única para varios sectores, desde amantes de los animales hasta personas que buscan un entorno diferente para relajarse. Este hallazgo no solo respalda el diseño del modelo de negocio, sino que también alinea su propuesta de valor con las expectativas y tendencias actuales del mercado, logrando satisfacer tanto la demanda emocional como la funcional de los clientes, generando una ganancia adicional para Míau lounge que llena estas expectativas.

Desde el punto de vista financiero, los objetivos se validan mediante la proyección de resultados positivos a corto y mediano plazo. El modelo de negocio demuestra que es capaz de generar un flujo de ingresos sostenible gracias a su oferta diversificada, que incluye no solo bebidas, alimentos, y productos especializados para gatos, también se ofrecen servicios como talleres, terapias, convirtiéndose en servicios complementarios que integran la responsabilidad y sostenibilidad financiera de *Miau Lounge*.

La combinación de estos factores asegura ingresos múltiples que mitigan la dependencia de un único producto o servicio. Así mismo por tratarse de un negocio con costos relativamente bajos en materia prima y una demanda constante, se configura como una opción atractiva para los inversionistas.

Con relación a la sostenibilidad, *Miau Lounge* se posiciona como un modelo empresarial comprometido con la economía circular y el impacto positivo en su entorno. La implementación de políticas y sociales sostenibles a lo largo de toda la cadena de valor no solo mejora su reputación como negocio responsable, sino que también lo diferencia de competidores que operan bajo esquemas tradicionales de *neko* cafés. Este enfoque refuerza la percepción de *Miau Lounge* como un negocio ético que apela a consumidores conscientes, un segmento en auge en el mercado actual.

Para los inversionistas, *Miau Lounge* representa una oportunidad rentable en comparación con otras alternativas del sector. Primero, el modelo de negocio aborda dos tendencias crecientes: la personalización de experiencias y la preocupación por el bienestar animal.

A diferencia de negocios tradicionales en el sector HoReCa, que dependen exclusivamente de la oferta de alimentos y bebidas, Míau Lounge diferencia su propuesta con servicios adicionales, como terapias con gatos y talleres interactivos, enfocados al cuidado y mantenimiento responsable de los gatos y su impacto directo en las personas como mascotas.

Esto no solo aumenta las fuentes de ingresos, sino que también reduce los riesgos asociados a la estacionalidad o fluctuaciones en el consumo.

Segundo, la viabilidad financiera está respaldada por un cuidadoso control de costos y márgenes atractivos en los productos ofrecidos. Los precios competitivos y el enfoque en insumos locales y sostenibles no solo garantizan una rentabilidad sólida, sino que también generan un impacto positivo en la comunidad, alineando los objetivos financieros con los sociales. Este equilibrio entre rentabilidad y responsabilidad social hace que Míau Lounge sea una inversión con valores alineados a las demandas del mercado actual.

Para reducir los riesgos de inversión, Míau Lounge implementará medidas estratégicas clave. En primer lugar, la diversificación de ingresos garantiza que el negocio pueda adaptarse a diferentes condiciones del mercado, disminuyendo la dependencia de un solo segmento. En segundo lugar, se establecerán alianzas con proveedores locales y organizaciones de bienestar animal, lo que no solo asegura el acceso a insumos de calidad, sino que también fortalece la red de apoyo del negocio.

Adicionalmente, la implementación de métricas de desempeño permitirá monitorear y ajustar las operaciones en tiempo real, asegurando una gestión eficiente y proactiva ante cualquier desafío.

En síntesis, *Miau Lounge* no solo cumple con los objetivos planteados en sus etapas de investigación, sino que también se proyecta como un negocio altamente rentable y sostenible. Su capacidad para integrar tendencias del mercado, generar valor compartido y gestionar riesgos de manera estratégica lo posiciona como una alternativa superior para los inversionistas en comparación con otros proyectos del sector HoReCa.

Con una visión clara y una ejecución sólida, *Miau Lounge* está preparado para convertirse en un referente en su industria y una inversión atractiva a largo plazo.

## 10. REFERENCIAS

Agrocampo. (10 de Febrero de 2024). *Agrocampo*. <https://blog.agrocampo.com.co/gato-latte-un-cafe-de-gatos-en-bogota/>

ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (20 de Abril de 2023). *ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia*.  
<https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17428-la-camara-del-sector-gastronomico-de-la#:~:text=El%20sector%20de%20alojamiento%20y,con%20casi%201.500.000%20empleos.>

Asociación Americana de Medicina Veterinaria. (s.f.). *Animal Welfare Principles*. AVMA - Asociación Americana de Medicina Veterinaria: <https://www.avma.org/resources-tools/avma-policies/avma-animal-welfare-principles>

Banco de la Republica. (25 de Enero de 2022). *Banrep.gov.co*.  
<https://www.banrep.gov.co/es/banrep-educa/econo-cimientos/que-tanto-sabe-sobre-inflacion>

Bancolombia. (21 de Abril de 2021). *Bancolombia*. Bancolombia:  
<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/tendencias/mercado-mascotas-2021>

BBVA Research Colombia. (09 de Octubre de 2024). *Situación Colombia - Octubre 2024*. Bogotá, Colombia. <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/situacion-colombia-octubre-2024/>

Bogota.gov.co. (s.f.). *Bogota.gov.co*. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/localidades/chapinero>

Caracol Radio. (11 de Julio de 2018). *Caracol Radio*.

[https://caracol.com.co/emisora/2018/07/11/bogota/1531334052\\_632379.html](https://caracol.com.co/emisora/2018/07/11/bogota/1531334052_632379.html)

Cat Cafe Calico. (s.f.). *Cat Cafe Calico*. <https://catcafe-calico.com.co/menu-calico/>

CCB - Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Descripción actividades económicas (Código*

*CIU)*. CCB - Cámara de Comercio de Bogotá: <https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

Citibank Colombia SA. (22 de Febrero de 2023). Informe de gestión 2022. Bogotá D.C.

Coffee behind the scenes . (s.f.). *Coffee behind the scenes* . Coffee behind the scenes :

<http://www.coffeebehindthescenes.com/es/country/colombia>

Concejo de Bogotá. (11 de Octubre de 2023). Aumenta número de mascotas abandonadas en

TransMilenio. Bogotá D.C. [https://concejodebogota.gov.co/aumenta-numero-de-](https://concejodebogota.gov.co/aumenta-numero-de-mascotas-abandonadas-en-transmilenio/cbogota/2023-10-11/145839.php#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20%C3%BAltimo,de%20calle%20es%20decir%205.506)

[mascotas-abandonadas-en-transmilenio/cbogota/2023-10-](https://concejodebogota.gov.co/aumenta-numero-de-mascotas-abandonadas-en-transmilenio/cbogota/2023-10-11/145839.php#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20%C3%BAltimo,de%20calle%20es%20decir%205.506)

[11/145839.php#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20%C3%BAltimo,de%20calle%](https://concejodebogota.gov.co/aumenta-numero-de-mascotas-abandonadas-en-transmilenio/cbogota/2023-10-11/145839.php#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20%C3%BAltimo,de%20calle%20es%20decir%205.506)

[20es%20decir%205.506](https://concejodebogota.gov.co/aumenta-numero-de-mascotas-abandonadas-en-transmilenio/cbogota/2023-10-11/145839.php#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20%C3%BAltimo,de%20calle%20es%20decir%205.506).

Concejo de Bogotá. (s.f.). *Barreras para erradicar el maltrato animal en Bogotá*.

[https://concejodebogota.gov.co/barreras-para-erradicar-el-maltrato-animal-en-](https://concejodebogota.gov.co/barreras-para-erradicar-el-maltrato-animal-en-bogota/cbogota/2023-02-03/172017.php)

[bogota/cbogota/2023-02-03/172017.php](https://concejodebogota.gov.co/barreras-para-erradicar-el-maltrato-animal-en-bogota/cbogota/2023-02-03/172017.php)

Conde Nast Traveler. (20 de Febrero de 2023). *Conde Nast Traveler*.

[https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/mapa-perros-o-gatos-que-prefiere-cada-](https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/mapa-perros-o-gatos-que-prefiere-cada-pais)  
pais

Congreso de Colombia. (1979). Ley 9. En *Por la cual se dictan Medidas Sanitarias*.

Departamento Administrativo de la Función Pública.

Congreso de Colombia. (2016). Ley 1774. En *Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones*. Departamento Administrativo de la Función Pública.

Congreso de Colombia. (2016). Ley 1801. En *Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana*. Departamento Administrativo de la Función Pública.

Congreso de Colombia. (2021). Decreto 343. En *Por medio del cual se sustituye la Sección 4 del Capítulo 1 del Título 4 del Libro 2 de la Parte 2 del Decreto 1074 de 2015, Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, en el sentido de reglamentar los establecimientos de gastronomía y b*. Departamento Administrativo de la Función Pública.

Congreso de Colombia. (2022). Ley 2277. En *Por medio de la cual se adopta una reforma tributaria para la igualdad y la justicia social y se dictan otras disposiciones*.

Departamento Administrativo de la Función Pública.

Cortés Sánchez, J. M. (2017). *Sistema de gestión de calidad: ISO 9001:2015*. Ediciones de la u.

DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2018). *Análisis CNPV 2018 - Geoportal DANE*. <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/territorio/analisis-cnpv-2018/>

Delgado Aguilera, E. (2019). Evaluación de un proyecto empresarial. *Evaluación de un proyecto empresarial*. Universitat de les Illes Balears.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE. (1 de Julio de 2022).

Comunicado de prensa - Encuesta multipropósito 2021. Bogotá D.C.

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/multi/Comunicado\\_EM\\_2021.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/multi/Comunicado_EM_2021.pdf)

Departamento Administrativo Nacional de estadística - DANE. (2024 de Mayo de 2024).

Producto Interno Bruto por Departamento 2023 - Preliminar. Bogotá.

Departamento Nacional de planeación - DNP. (Diciembre de 2023). En 2023 la inflación se desaceleró más de lo esperado con un resultado de 9,28%.

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/Planeacion-y-desarrollo/2024/enero/pdf/informe-ipc-diciembre-2023.pdf>

Departamento Nacional de Planeación - DNP. (2023 de Diciembre). La tasa de desempleo de 2023 fue de 10,2%. [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/Planeacion-y-desarrollo/2024/febrero/pdf/Informe%20del%20ml%20diciembre\\_2023.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PublishingImages/Planeacion-y-desarrollo/2024/febrero/pdf/Informe%20del%20ml%20diciembre_2023.pdf)

DIAN - Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales. (2023). *DIAN - Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales*. <https://www.dian.gov.co/impuestos/Regimen-Simple-de-Tributacion-RST/Documents/RST-2023.pdf>

Dirección de Asuntos Económicos - Analdex. (4 de Marzo de 2024). *Analdex.org*.

<https://www.analdex.org/2024/03/04/informe-producto-interno-bruto-de-2023/#:~:text=En%202023%2C%20el%20Producto%20Interno,las%20econom%C3%A4s%20a%20nivel%20global.>

El Espectador. (22 de Julio de 2024). Datos reveladores sobre mascotas en Colombia: consumo, gastos y adopción. El Espectador.

El Tiempo. (15 de Septiembre de 2023). *Eltiempo.com*.

<https://www.eltiempo.com/vida/mascotas/pueden-negar-un-arriendo-por-tener-mascota-en-que-casos-lo-pueden-regular-805882#:~:text=No%20se%20puede%20prohibir%20la,firmar%20un%20contrato%20de%20arrendamiento.>

ESG Innova Group. (13 de Octubre de 2020). El Sistema de Gestión de Calidad alineado con la Dirección estratégica. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/10/el-sistema-de-gestion-de-calidad-alineado-con-la-direccion-estrategica/>

Federación Nacional del café. (s.f.). *Federación Nacional del café*. Federación Nacional del café: <https://www.cafedecolombia.com/detras-del-cafe/>

Fedesarrollo. (Marzo de 2017). Informe Mensual del Mercado Laboral. Bogotá.

FMI. (14 de Febrero de 2024). *IMF.ORG*.

<https://www.imf.org/es/News/Articles/2024/02/14/cs021424-colombia-staff-concluding-statement-of-the-2024-article-iv-mission>

Fundación Acción contra el Hambre. (2013). Plan de puesta en marcha. 18.

García Cediell, G., & Carillo Bautista, M. (2016). *Indicadores de gestión. Manual básico de aplicación para Mipyme*. Ediciones de la U.

Harvard Business Review. (2012). The Five Forces. The five forces that shape the industry competition.

Infobae.com. (09 de Febrero de 2022). 66 % de bogotanos tiene un perro en casa: Instituto de Protección Animal. Bogotá. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/02/09/66->

de-bogotanos-tiene-un-perro-en-casa-instituto-de-proteccion-  
animal/#:~:text=Un%2034%20%25%20de%20capitalinos%20convive,52%2C7%20%25  
%20los%20desparasitaron.

International Coffee Organization. (September de 2023). *Coffe Year - 2022/2023*. International  
Coffee Organization: [https://www.icocoffee.org/documents/cy2023-24/annual-review-  
2022-2023-e.pdf](https://www.icocoffee.org/documents/cy2023-24/annual-review-2022-2023-e.pdf)

Kantar. (23 de Junio de 2023). *Kantar*. [https://www.kantar.com/latin-  
america/inspiracion/consumidor/2023-wp-co-los-colombianos-disfruta-de-una-taza-de-  
cafe#:~:text=Casi%20un%2090%25%20de%20los,una%20taza%20de%20caf%C3%A9  
%20semanalmente&text=El%20caf%C3%A9%20en%20Colombia%20va,tu%20marca%  
20en%20](https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/consumidor/2023-wp-co-los-colombianos-disfruta-de-una-taza-de-cafe#:~:text=Casi%20un%2090%25%20de%20los,una%20taza%20de%20caf%C3%A9%20semanalmente&text=El%20caf%C3%A9%20en%20Colombia%20va,tu%20marca%20en%20)

La República. (Marzo de 2020). Claves para gestionar servicios de tercerización de talento  
humano para su empresa. *La República*. [https://www.larepublica.co/alta-gerencia/claves-  
para-gestionar-servicios-de-tercerizacion-de-talento-humano-para-su-empresa-  
2972562#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20Global%20Outsourcing%20Survey,problema  
s%20de%20capacidad%20\(47%25\)](https://www.larepublica.co/alta-gerencia/claves-para-gestionar-servicios-de-tercerizacion-de-talento-humano-para-su-empresa-2972562#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20Global%20Outsourcing%20Survey,problemas%20de%20capacidad%20(47%25))

La Republica. (26 de Febrero de 2023). Cuatro de cada diez colombianos gastan su tiempo libre  
en redes sociales. [https://www.larepublica.co/ocio/en-enero-casi-75-de-los-colombianos-  
usaron-las-redes-sociales-3554927](https://www.larepublica.co/ocio/en-enero-casi-75-de-los-colombianos-usaron-las-redes-sociales-3554927)

Las aventuras de Lucca la loca. (19 de Enero de 2024). *Las aventuras de Lucca la loca*. Las  
aventuras de Lucca la loca: <https://lucalaloca.es/descubriendo-el-mundo-de-los-cat-cafe/>

Michaux, S., & Cadiat, A.-C. (2016). *Las Cinco Fuerzas de Porter : Cómo Distanciarse de la Competencia Con éxito*. 50minutos.es.

Minciencias - Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación. (s.f.). *Minciencias / Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación*. <https://minciencias.gov.co/glosario/direccionamiento-estrategico#:~:text=Es%20un%20modelo%20e%20instrumento,para%20la%20toma%20de%20decisiones>

Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación. (s.f.). *Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación - Minciencias*. <https://minciencias.gov.co/glosario/direccionamiento-estrategico#:~:text=Es%20un%20modelo%20e%20instrumento,para%20la%20toma%20de%20decisiones>.

Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones - MinTic. (19 de Agosto de 2021). *mintic.gov.co*. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Ministerio/Acerca-del-MinTIC/>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (Diciembre de 2023). Índice de Brecha Digital - IBD 2022.

Mordor Intelligence. (s.f.). *Análisis de participación y tamaño del mercado de cuidado de mascotas tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029)*. Mordor Intelligence. Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/pet-care-market>

Mordor Intelligence. (s.f.). Análisis del tamaño y participación del mercado del café tendencias y pronósticos de crecimiento (2024-2029). Mordor Intelligence:

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/coffee-market>

Municipio de Bahía Blanca. (s.f.). CONSEJOS PARA UNA ADOPCIÓN RESPONSABLE.

Buenos aires, Argentina. <https://www.bahia.gob.ar/saludanimal/>

Naciones Unidas de Colombia. (s.f.). *Colombia.un.org*. <https://colombia.un.org/es/sdgs>

Pacto Global - Red Colombia. (02 de Octubre de 2023). *Pacto Global - Red Colombia*. Pacto

Global - Red Colombia: <https://www.pactoglobal-colombia.org/nuestras-voces/las-mascotas-y-la-sostenibilidad.html>

Pardo Álvarez, J. (2012). *Configuración y usos de un Mapa de procesos*. AENOR - Asociación

Española de Normalización y Certificación. <https://elibro->

[net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/53587?page=4](https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/53587?page=4)

Portafolio. (28 de Agosto de 2009). *Portafolio*.

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/japoneses-pagan-compania-gatos-cafeterias-paliar-soledad-estres-244070>

Portafolio. (26 de Junio de 2023). *Portafolio*. Portafolio:

<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/con-que-frecuencia-consumen-y-compran-cafe-los-hogares-colombianos-584976>

PORTER, M. (2015). Cadena de valor. En C. d. valor. EL universal.

Porter, M. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior: (2 ed.). Grupo Editorial Patria. <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/114080?>

Presidencia de la Republica de Colombia. (2012). Decreto No. 2270. En *Por el cual se modifica el Decreto 1500 de 2007, modificado por los Decretos 2965 de 2008, 2380, 4131, 4974 de 2009, 3961 de 2011, 917 de 2012 y se dictan otras disposiciones*. Ministerio de Salud y protección Social.

Presidencia de la Republica de Colombia. (2014). Decreto 539. En *Por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano*. Departamento Administrativo de la Función Pública.

Reyes Moreno, G. (9 de Febrero de 2023). De la domesticación de pequeños felinos al abandono, situación en Colombia. *Periódico UNAL*.

Rus Arias, E. (11 de Mayo de 2024). *Economipedia*.  
<https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>

Secretario de despacho de la secretaria distrital de la salud de Bogotá D.C. (2012). Resolución 378. En *Por la cual se deroga la Resolución 765 de 2010, se fijan directrices para el cumplimiento de lo ordenado por los artículos 13, 14 y 40 del Decreto 3075 de 1997 y se dictan otras disposiciones*. Registro Distrital 4967.

Serenty process consulting. (03 de Julio de 2023). *Serenty process consulting*.

<https://www.serenty.es/noticias/importantes-las-politicas-procedimientos-empresariales/>

Siegfried Rhein. (1 de Abril de 2024). <https://www.siegfried.com.mx/gatoterapia>

Siegfried Rhein. (1 de Abril de 2024). <https://www.siegfried.com.mx/gatoterapia>

Statista. (Diciembre de 2023). *Statista*. Statista:

<https://es.statista.com/estadisticas/600243/ranking-de-los-principales-productores-de-cafe-a-nivel-mundial/>

Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). [sic.gov.co](https://www.sic.gov.co). *Colombia en ascenso en el ranking de innovación*. <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/octubre-2022/editorial-pi/colombia-en-ascenso-en-el-ranking-de-innovacion>

Telencuestas. (s.f.). *Telencuestas*. <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2024/bogota>

Toma Col. (s.f.). *TOMA COL - Toma lo mejor de Colombia*. [https://tomacol.co/que-es-horeca/?srsltid=AfmBOorKUt9yL7CdZVMZEIXW0r\\_972EhSqOSiwRNHVz836Utehs13aOf](https://tomacol.co/que-es-horeca/?srsltid=AfmBOorKUt9yL7CdZVMZEIXW0r_972EhSqOSiwRNHVz836Utehs13aOf)

UNICEF. (2021). *UNICEF*. <https://www.unicef.org/lac/6-efectos-de-la-pandemia-en-la-salud-mental-de-adolescentes-y-jovenes>

UNICEF. (2021). *UNICEF*. <https://www.unicef.org/lac/6-efectos-de-la-pandemia-en-la-salud-mental-de-adolescentes-y-jovenes>

UnivDatos. (s.f.). *UnivDatos*. <https://univdatos.com/es/report/horeca-market/>

Valadez Azúa, R. (Septiembre de 2003). Y los gatos. ¿Qué sabemos de su domesticación? And cats. What do we know about their domestication? Mexico D.F.

Valora Analitik. (07 de Julio de 2024). *Valora Analitik*. <https://www.valoraanalitik.com/sector-cafetero-de-colombia-mejora-las-cifras/>

World Animal Protection (WAP). (2000). *DECLARACIÓN UNIVERSAL PARA EL BIENESTAR ANIMAL*.

<https://www.uniamazonia.edu.co/documentos/docs/Facultades/Facultad%20de%20Ciencias%20Agropecuarias/Comite%20de%20Etica%20Bioetica%20y%20Bienestar%20Animal/Normatividad/Declaracion%20Universal%20para%20el%20Bienestar%20Animal.pdf>

Wu, P., Zhao, G., & Yang, L. (2022). Green Mining Strategy Selection via an Integrated SWOT-PEST Analysis and Fuzzy AHP-MARCOS Approach. *Sustainability*. *14*(13).

<https://doi.org/https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.3390/su14137577>