



**Universidad del
Rosario**

Escuela de Administración

Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación (MEI)

TINTO

Modalidad Proyecto de Emprendimiento

Presentado por:

Miguel Angel Escobar Prieto, Paula Corredor Montealegre

Bogotá, D.C. 14 de enero de 2025



**Universidad del
Rosario**

Escuela de Administración

Graduate School of Business (Rosario GSB)

Maestría en Emprendimiento e Innovación (MEI)

TINTO

Modalidad Proyecto de Emprendimiento

Presentado por:

Miguel Angel Escobar Prieto, Paula Corredor Montealegre

Bajo la dirección de:

Paola López Giraldo

Bogotá, D.C. 14 de enero de 2025

Contenido

Introducción	12
Concepto de Negocio	16
Descripción de la Idea de Negocio.....	17
Valores De Tinto Coffee Shop.....	18
Visión.....	19
Objetivos Del Negocio.....	19
Mercado Objetivo.....	21
Industria y Sector.....	21
Portafolio de Productos y/o Servicios.....	22
El Problema Que Resuelve Tinto Coffee Shop.....	24
Fuentes de Ingresos.....	25
Ventas Directas En El Coffee Shop.....	25
Venta De Café En Bolsa.....	26
Experiencias Multisensoriales Y Educativas.....	26
Venta De Productos Complementarios.....	26
Tienda En Línea.....	27
Suscripciones de Café.....	27
Portafolio De Clientes.....	27
Audiencias.....	29
Amantes Del Café.....	29
Profesionales Activos.....	30
Exploradores Gastronómicos.....	30
Posicionamiento En El Mercado.....	31
Descripción De Los Elementos Organizacionales Del Emprendimiento.....	32
Propiedad y Junta Directiva (estructura organizacional).....	32
Recursos Humanos Y/O Empleados Que Requiere El Emprendimiento.....	34
Tipos De Contratación Y Rangos Salariales.....	42
Descripción De Socios Y/O Alianzas Que Requiere El Emprendimiento.....	44
Alianzas.....	44
Proveedores De Café De Especialidad.....	44

Servicios Profesionales.....	46
Empresas De Tecnología Y Soluciones Digitales.	46
Proveedores De Suministros Y Materias Primas.....	46
Canales Aliados.	47
Cooperativas Y Asociaciones De Caficultores.....	48
Empresas De Logística Y Distribución.	48
Procesos De Negocio.	49
Producción Del Producto.....	49
Entrega Del Servicio: Experiencia Del Cliente.	50
Controles de Calidad	51
Mantenimiento De Equipos Y Sostenibilidad	52
Aspectos Legales A Considerar Para La Puesta En Marcha Del Emprendimiento	53
Licencias Y Permisos	54
Registro De Marca Y Propiedad Intelectual.	54
Cobertura De Seguros.	55
Descripción De Las Operaciones Requeridas Por El Emprendimiento	55
Producción De Los Productos Y Servicios De Tinto.....	56
Selección De Café.	56
Tostado. 56	
Preparación del Café.....	56
Entrega del Servicio.....	56
Experiencias Educativas.	56
Requerimientos De Instalaciones.....	57
Tamaño Del Local.	57
Infraestructura.....	57
Maquinaria Y Equipos.....	58
Requerimientos Financieros.....	59
Instalaciones Que Requiere El Emprendimiento.	59
Especificación De La Ubicación E Instalaciones Requeridas.	59
Requerimientos Físicos (Espacios Y Accesos).	60
Facilidades De Transporte.	60

Entorno.	61
Tamaño De La Instalación.....	61
Tipo De Edificación.....	62
Costos.	62
Requerimientos De Servicios Públicos.....	63
Infraestructura Tecnológica y de TIC Requerida por el Emprendimiento.	64
Página Web, Redes Sociales, Ventas Online Y Aplicación.....	64
Página Web.....	64
Redes Sociales.	65
Ventas Online.	65
Aplicación Móvil (futuro).	66
Integración de Sistemas y Herramientas Tecnológicas.	66
Sistema De Punto De Venta.	66
Gestión De Inventarios Y CRM.	66
Adquisición De Servidores Para Operaciones De Trading (En El Futuro).	66
Descripción De Los Requerimientos De Producción Y Distribución Del Emprendimiento.	67
Materias Primas Y Suministros.....	68
Criterios Para La Gestión De Inventarios	68
Proveedores.	69
Características Del Producto.	69
Políticas De Crédito Y Entrega.	70
Críticidad En El Producto.....	70
Fluctuaciones de Costos.	70
Estrategias de Financiación del Emprendimiento.....	71
Plan Financiero Del Emprendimiento.	73
Estrategia Para El Relacionamiento Con Los Clientes Y Grupos De Interés.....	75
Estrategia De Marca (Branding)	75
Isologo.	75
Eslogan.	76
Colores.	76
Elementos Gráficos.....	76

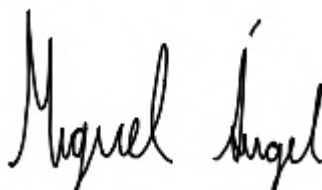
Postura De Marca.	77
Personalidad De La Marca.	77
Territorio De Marca.....	78
Manifiesto De Marca.....	79
Visión De Marca.....	80
Gestión De Las Comunicaciones Y Las Relaciones Públicas Del Emprendimiento.....	80
Diseño De Página Web.	81
Redes Sociales.....	81
Diseño De Mensajes.....	82
Canales De Difusión.....	82
Aliados A Conectar	82
Ferias Comerciales.....	83
WOM (Word Of Mouth).....	83
Proceso De Ventas Y Servicios.....	84
Ventas En El Coffee Shop.....	84
Ventas Online.....	85
Envío a Domicilio.....	85
Estrategias De Publicidad.....	85
Publicidad Digital.....	86
Estrategias De Contenido.....	86
Publicidad Local.....	87
Estrategia de Email Marketing.....	87
Plan De Mercadeo.....	87
Investigación De Mercado.....	87
Definición Del Problema.....	88
Contexto.....	88
Solución.....	88
Objetivos De La Investigación De Mercados.....	89
Metodología.....	89
Población.....	89
Encuesta.....	90

Instrumento Cuestionario.	90
Resultados De La Encuesta.	92
Barreras De Entrada.	94
Amenazas Y Oportunidades.....	95
Amenazas.....	95
Oportunidades.....	96
Competencia Directa.	97
Café San Alberto.	97
Varietale.....	98
Azahar Coffe.....	99
Pergamino Café.	100
Sustitutos.	102
Precios.	103
Canales de Distribución.	104
Métodos De Distribución.....	104
Fuerza De Ventas Interna.	105
Plataformas De Entrega.....	105
Relaciones Con Distribuidores Clave (Retail).	105
Referencias.....	107


Declaración De Originalidad Y Autonomía

Declaro(amos) bajo la gravedad del juramento, que he(mos) escrito el presente Proyecto Aplicado Empresarial (PAE), en la modalidad de proyecto de emprendimiento (plan de negocio) por mi(nuestra) propia cuenta y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro(amos) que he(mos) indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este PAE no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.



Miguel Angel Escobar Prieto

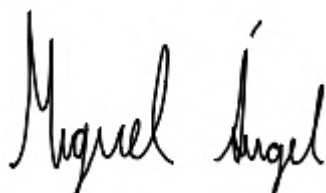


Paula Corredor Montealegre

Firmado en Bogotá, D.C. el 14 de enero de 2025

Declaración De Exoneración De Responsabilidad.

Declaro(amos) que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su(s) autor(es). La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.



Miguel Angel Escobar Prieto



Paula Corredor Montealegre.

Firmado en Bogotá, D.C. el 14 de enero de 2025

Resumen Ejecutivo.

MAPEC S.A.S se dedica a la comercialización y transformación de productos de café y sus derivados, operando bajo la marca registrada "Tinto". Tinto tiene como misión destacar el rol esencial de los campesinos en la producción de alimentos en Colombia y promover la democratización de las economías rurales, que históricamente han sido explotadas. La empresa busca empoderar a los campesinos, ofreciéndoles oportunidades económicas equitativas, lo que no solo es una cuestión de justicia social, sino también una estrategia para crear cadenas de suministro más sostenibles y promover productos locales de alta calidad.

Tinto empieza como a operar como un coffee shop que ofrece una experiencia única de aprendizaje, compra, consumo, combinando en el espacio físico una experiencia digital llevándolo al mundo "Figital".

El objetivo de Tinto es crear una comunidad que expanda la cultura cafetera a nivel nacional, garantizando la sostenibilidad financiera y generando un impacto positivo en la vida de los caficultores colombianos. Actualmente, Tinto se encuentra en una fase de evaluación de financiamiento para asegurar el capital necesario para su operación. El proyecto ha superado las fases de viabilidad de mercado y financiera, y se espera un crecimiento significativo en los próximos cinco años, con proyecciones optimistas en ingresos, EBITDA, Margen EBITDA, ROI y ROACE.

Palabras clave

Café, Figital, Experiencia, Sensorial, Colombia.

Abstract.

MAPEC S.A.S. is dedicated to the commercialization and transformation of coffee products and its derivatives, operating under the registered trademark “Tinto”. Tinto's mission is to highlight the essential role of farmers in food production in Colombia and to promote the democratization of rural economies, which have historically been exploited. The company seeks to empower farmers by offering them equitable economic opportunities, which is not only a matter of social justice, but also a strategy to create more sustainable supply chains and promote high-quality local products.

Tinto starts as a coffee shop that offers a unique experience of learning, buying, consuming, combining in the physical space a digital experience taking it to the “Figital” world.

Tinto's objective is to create a community that expands the coffee culture at a national level, guaranteeing financial sustainability and generating a positive impact on the lives of Colombian coffee growers. Tinto is currently in a financing evaluation phase in order to secure the necessary capital for its operation. The project has passed the market and financial feasibility phases, and is expected to grow significantly over the next five years, with optimistic projections for revenues, EBITDA, EBITDA margin, ROI, and ROACE.

Keywords

Coffee, Figital, Experience, Sensorial, Colombia

Introducción

MAPEC S.A.S. surgió de una conversación entre amigos apasionados por el café, quienes identificaron dos problemas significativos en el mercado cafetero colombiano: la limitada participación de actores y la monopolización del sector por la Federación Nacional de Cafeteros, así como el hecho de que los colombianos no consumen el mejor café que se produce en su propio país. Esta situación ha restringido las oportunidades para los caficultores, quienes, a pesar de producir uno de los cafés más apreciados del mundo, no han podido acceder a mejores condiciones económicas. Además, mientras que el café colombiano de mayor calidad se exporta, los consumidores locales a menudo se ven relegados a productos de menor calidad, lo que representa una oportunidad perdida para comercializar café premium a nivel nacional.

MAPEC S.A.S. se fundó con la misión de transformar esta realidad, ofreciendo una plataforma que visibilice y empodere a los caficultores, permitiendo a los colombianos disfrutar del café de especialidad que su país produce. El objetivo es resaltar la excelencia del café colombiano, no solo como un producto, sino como una experiencia cultural que conecte a los consumidores con las historias y tradiciones detrás de cada grano. En un mercado dominado por grandes corporaciones, MAPEC S.A.S. se propone crear un espacio donde la calidad y la autenticidad sean los pilares fundamentales, proporcionando a los productores la oportunidad de participar en un mercado más justo y accesible, y a los consumidores locales la posibilidad de redescubrir su propio café.

El primer paso para llevar a cabo esta misión fue la creación de Tinto, una marca que representa la esencia del café colombiano en su forma más pura. Tinto se constituye como un

coffee shop innovador, donde los clientes pueden disfrutar de una experiencia multisensorial que va más allá de simplemente consumir café. Desde el momento en que los clientes entran, son recibidos en un ambiente que evoca la riqueza cultural de las regiones cafeteras de Colombia. Cada elemento, desde la decoración hasta la selección musical, está diseñado para sumergir a los clientes en la historia y tradición del café.

El coffee shop no es solo un lugar para disfrutar de una taza de café; es un espacio donde los clientes pueden aprender sobre el proceso completo, desde la selección de los granos hasta su preparación. Tinto se enorgullece de ofrecer cafés de origen único, cuidadosamente seleccionados y preparados con técnicas que realzan sus características más distintivas. La idea es que cada visita sea una oportunidad para descubrir algo nuevo, ya sea un método de preparación diferente o un nuevo perfil de sabor. Tinto no solo vende café, sino que también educa y conecta a los clientes con la cultura cafetera colombiana.

El enfoque de Tinto combina lo mejor de lo físico y lo digital, creando una experiencia "Figital" que es pionera en el sector cafetero. Esta estrategia permite ofrecer una compra y consumo integrados, donde los clientes pueden interactuar con la marca tanto en el espacio físico como en plataformas digitales. Esta integración permite llegar a un público más amplio y diverso, creando una comunidad de amantes del café que comparten su pasión por esta bebida icónica.

Esta experiencia se realiza a través de una app llamada *Tintok*, que tiene cuatro objetivos principales:

- Contenido Educativo: Proporcionar contenido didáctico y educativo sobre el café cultivado en diferentes regiones de Colombia.

- E-commerce: Facilitar la compra de café en diversas presentaciones (grano, molido) y accesorios relacionados. Cada producto incluye una explicación detallada sobre su origen, características y recomendaciones de uso.
- Métodos de preparación y más: Ofrecer información adicional sobre métodos de preparación, maridajes y perfiles de taza para que los clientes conozcan mejor sus preferencias.
- Experiencia Figital: Además, en el coffee shop, los clientes pueden disfrutar de una experiencia Figital de realidad aumentada a través de las gafas Visión Pro. Estas gafas permiten realizar pedidos directamente desde la mesa a través de la aplicación donde se conectarán en un ecosistema con toda la tienda y con todos sus miembros. Los clientes podrán seguir el proceso de elaboración de su café en tiempo real mediante cámaras que llevan los baristas en sus delantales, y finalmente observar cómo un mesero entrega el producto en su mesa, sin perderse ningún detalle del proceso ni de la preparación.

Además del coffee shop, se planea expandir la oferta a través de la venta de café en bolsa, permitiendo a los clientes llevarse a casa la experiencia. Esta línea de negocio ofrece una opción para aquellos que desean disfrutar del café de especialidad en la comodidad de su hogar. Los granos en bolsa serán adquiridos directamente de caficultores colombianos, asegurando no solo la calidad del producto, sino también la transparencia y sostenibilidad en la cadena de suministro. Este enfoque beneficia tanto a los clientes, que reciben un producto de alta calidad, como a los productores, que obtienen una compensación justa por su trabajo.

Finalmente, Tinto se ha comprometido a validar su propuesta de valor antes de la apertura oficial del coffee shop, llevando a cabo experimentos con prototipos en situaciones reales para

ajustar y perfeccionar su oferta. Estos experimentos han demostrado que la propuesta, que combina una experiencia única y enriquecedora con un entorno sostenible y auténtico, resuena positivamente con su público objetivo. La entrada al mercado es significativa no solo por su oferta de café de alta calidad, sino también por su compromiso con la sostenibilidad y la justicia social. A medida que Tinto continúa su crecimiento, se plantea la posibilidad de expandirse hacia el trading de café, pero el enfoque inicial sigue siendo consolidar el coffee shop y la venta de café, estableciendo una base sólida para futuras expansiones.

Este documento está organizado en varias secciones que detallan los aspectos clave del emprendimiento Tinto Coffee Shop. Comenzamos con el concepto y la descripción de la idea de negocio, seguido por el portafolio de productos y servicios y la estrategia de mercado. Se detallan los elementos organizacionales, incluyendo la estructura de la propiedad y la administración, así como los recursos humanos necesarios. También se abordan los aspectos legales, las estrategias de financiamiento, y el plan financiero. Finalmente, se presenta un análisis de mercado, incluyendo la investigación, análisis de competencia y concluyendo con estrategias de marca y marketing. Cada sección está diseñada para proporcionar una comprensión completa y coherente del proyecto, asegurando que todos los elementos necesarios para el éxito del emprendimiento estén claramente definidos y alineados con los objetivos generales.

Concepto de Negocio

Tinto es más que un coffee shop; es un espacio donde la tradición cafetera colombiana se fusiona con experiencias multisensoriales únicas, diseñadas para involucrar a nuestros clientes en todo el proceso del café, desde la siembra hasta la taza. Nuestro objetivo es ofrecer no solo una taza de café premium, sino también una experiencia educativa y cultural que celebre la riqueza y diversidad del café colombiano.

En Tinto, creemos que el café es una forma de arte y un símbolo de la cultura y la identidad nacional. Por eso, cada visita a nuestro coffee shop se convierte en una aventura de descubrimiento, donde los clientes no solo disfrutan de sabores excepcionales, sino que también aprenden sobre el origen, la producción y las características que hacen del café colombiano un producto reconocido a nivel mundial.

Estamos profundamente comprometidos con los caficultores colombianos, quienes son el corazón de nuestra oferta. Trabajamos directamente con ellos para garantizar que reciban un pago justo por su café, reconociendo el valor de su trabajo y apoyando el desarrollo sostenible de sus comunidades. Este enfoque no solo asegura la calidad de nuestros productos, sino que también fortalece las economías rurales y contribuye a preservar la herencia cafetera del país.

Nuestro compromiso es ofrecer una experiencia integral que combina lo mejor de la tecnología y la cultura, creando un ambiente acogedor y sostenible que invita a la exploración y al aprendizaje. Cada elemento de nuestro espacio, desde los materiales naturales hasta los detalles artesanales, está cuidadosamente seleccionado para reflejar nuestro profundo respeto por el medio ambiente y la herencia cafetera de Colombia.

En conclusión, Tinto Coffee Shop es un refugio para los amantes del café, donde cada taza cuenta una historia de los caficultores colombianos y conecta con la esencia del mejor café del mundo.

Descripción De La Idea De Negocio.

Colombia, es reconocida mundialmente por la calidad excepcional de su café, sin embargo, existe una realidad paradójica: cerca del 95% de nuestro café de alta calidad es exportado, mientras que los colombianos consumimos en su mayoría un café que no refleja el verdadero potencial de nuestra tierra. Esta situación no solo limita el acceso dentro del país, sino que también perpetúa el desconocimiento sobre lo que hace que el café colombiano sea tan especial.

Tinto Coffee Shop nace con la misión de cambiar esta realidad. Nuestro objetivo es llevar a los colombianos la experiencia del café de calidad que, hasta ahora, ha sido un privilegio casi exclusivo de mercados extranjeros. Queremos democratizar el café premium, no solo en términos de disponibilidad, sino también en términos de comprensión, apreciación y consumo.

Una pieza clave de nuestra propuesta es la relación directa con los caficultores colombianos. Nos esforzamos por asegurar que los productores obtengan una compensación justa por su producto, valorando tanto su esfuerzo como la importancia de su contribución en la cadena de producción de un café de especialidad de alta calidad.

Sabemos que uno de los mayores desafíos para lograr nuestro objetivo es educar al consumidor colombiano sobre lo que realmente significa un café de especialidad: su origen, cultivo, los procesos de selección, tostado y métodos de preparación, así como las notas de sabor que lo diferencian del café comercial. Por eso, no solo ofrecemos una taza de café, sino una

experiencia educativa integral que permite a nuestros clientes aprender y disfrutar al mismo tiempo.

Cada visita a Tinto es una oportunidad para descubrir algo nuevo sobre el café, y cada taza es un paso hacia la revalorización del producto más emblemático de nuestro país. Queremos que los colombianos se enorgullezcan de su café y que lo disfruten en su forma más pura y auténtica, sabiendo que con cada sorbo están apoyando a los caficultores que hacen posible esta experiencia.

Valores De Tinto Coffee Shop.

Este compromiso se refleja en nuestros valores fundamentales, que guían cada aspecto de nuestra operación y definen la experiencia única que ofrecemos a nuestros clientes:

- **Pasión por la Calidad:** En Tinto, nos dedicamos a ofrecer solo lo mejor. Desde la selección de los granos hasta la preparación de cada taza, cada detalle importa para asegurar que nuestros clientes disfruten de una experiencia de café inigualable.
- **Orgullo por lo Nuestro:** Celebramos y promovemos la cultura cafetera colombiana. Nos enorgullecemos de nuestras raíces y resaltamos el trabajo de nuestros campesinos.
- **Autenticidad:** Nos mantenemos fieles a nuestros principios y a la verdadera esencia del café colombiano.
- **Sostenibilidad:** Estamos comprometidos con el medio ambiente y con prácticas que apoyen la sostenibilidad. Desde el origen de nuestros granos hasta la gestión de nuestro negocio, buscamos siempre minimizar nuestro impacto ecológico.

- **Innovación:** Nos esforzamos por innovar constantemente, no solo en nuestros productos y servicios, sino también en cómo compartimos la cultura del café. Queremos sorprender a nuestros clientes con nuevas formas de disfrutar y aprender.

Visión.

Nuestra visión a largo plazo es convertir a Tinto Coffee Shop en la cadena líder en Colombia, siendo reconocidos no solo por la calidad excepcional de nuestro café, sino también como un referente cultural que celebra y promueve la rica tradición cafetera del país. Queremos ser un motor de cambio en la manera en que los colombianos experimentan y valoran su café, creando espacios que no solo sirven una bebida, sino que también educan, conectan y transforman la percepción del café en nuestra sociedad. Miramos hacia el futuro con la ambición de entrar en el mercado de trading de café, tanto a nivel nacional como internacional, llevando el sabor auténtico del café a nuevas fronteras y estableciendo a Tinto como una marca global que representa lo mejor de Colombia.

Objetivos Del Negocio.

A corto plazo, en los próximos 1 a 3 años, Tinto Coffee Shop se enfocará en establecer y consolidar su primera sucursal en Bogotá, buscando alcanzar una base de clientes recurrentes de al menos 2.500 personas durante el primer año y un volumen de ventas mensual de COP 276 millones para finales del segundo año. Además, se desarrollarán y lanzarán los módulos multisensoriales educativos sobre café de especialidad, con el objetivo de diseñar e implementar experiencias educativas en el primer año, y de inscribir a al menos 200 personas en programas educativos largos en el segundo año. Paralelamente, Tinto buscará construir una marca reconocida

y valorada en el mercado local, aumentando su presencia en redes sociales para alcanzar 10,000 seguidores activos en Instagram en el primer año, obteniendo cobertura en medios de comunicación locales y nacionales dentro de los primeros 20 meses, y siendo reconocidos como una de los principales Coffee shop de Bogotá en al menos dos rankings locales o nacionales en los primeros tres años.

A largo plazo, en un horizonte de 4 a 10 años, Tinto Coffee Shop tiene la ambición de expandirse a nivel nacional mediante la apertura de al menos tres nuevas sucursales en las principales ciudades de Colombia, como Medellín, Cali y Cartagena, dentro de los primeros cinco años. Además, se buscará establecer franquicias o asociaciones estratégicas para expandir la marca a nivel nacional en el séptimo año, con el objetivo de que Tinto sea reconocido como una de las principales cadenas de café en Colombia para el décimo año. En paralelo, Tinto se posicionará como un referente cultural y educativo, participando en eventos nacionales e internacionales de café en los próximos cinco años, publicando al menos dos materiales educativos sobre el café colombiano y la cultura cafetera para el séptimo año, y desarrollando un centro cultural del café en Bogotá en el noveno año.

Finalmente, Tinto tiene como objetivo entrar en el mercado de trading de café, estableciendo relaciones comerciales con al menos cinco productores de café de alta calidad dentro de los primeros seis años, iniciando operaciones de trading de café a nivel nacional en el séptimo año, y expandiendo estas operaciones a nivel internacional en el décimo año, logrando exportar café de especialidad bajo la marca Tinto a mercados clave en Europa y Asia.

Mercado Objetivo.

El mercado objetivo de Tinto Coffee Shop se centra en un segmento demográfico compuesto por mujeres y hombres de entre 21 y 40 años, divididos en dos grupos principales: jóvenes adultos de 21 a 30 años y adultos jóvenes de 31 a 40 años. Estos consumidores buscan experiencias nuevas y emocionantes, valoran la calidad y la conveniencia, y son activos en redes sociales, donde están dispuestos a compartir sus vivencias en línea. Además, Tinto se dirige a perfiles psicográficos específicos, como los exploradores, conocedores y buscadores de emociones, quienes disfrutan probando diferentes variedades y métodos de preparación, aprecian los matices sutiles del café, y buscan experiencias interactivas. En términos conductuales, los clientes potenciales son consumidores frecuentes de café, ya sea como parte de su rutina diaria, en pausas para recargar energías, o en encuentros sociales en un ambiente relajado y acogedor.

Industria y Sector.

Tinto Coffee Shop se encuentra en la industria del café de especialidad, un sector que ha mostrado un crecimiento significativo en Colombia en los últimos años. Esta industria, que alguna vez estuvo dominada por el consumo de café instantáneo, ha evolucionado hacia una mayor apreciación por el café de calidad, impulsada por un cambio en las preferencias de los consumidores hacia productos premium y experiencias diferenciadas. La innovación es una de las claves para lograr ventajas competitivas sostenibles en los sectores industriales (Porter, 2015)

Actualmente, la industria del café de especialidad en Colombia está en una fase de crecimiento, respaldada por el creciente interés de los consumidores por productos auténticos, de origen nacional y con procesos de producción más sostenibles. Esta tendencia se refleja en un

aumento del 10% en el consumo de café de especialidad en 2023, lo que indica un mercado cada vez más receptivo y en expansión. A corto plazo, se espera que esta tendencia continúe, impulsada por un consumidor más informado y exigente.

Tinto Coffee Shop se beneficiará de estos cambios y tendencias proyectados al posicionarse como un referente cultural y educativo en la industria del café. Al ofrecer no solo un producto de alta calidad, sino también una experiencia inmersiva y educativa, Tinto se diferencia de la competencia y se alinea con las demandas de un mercado que valora cada vez más la autenticidad y la diferenciación en torno a los productos que consume.

En cuanto a la competencia, aunque el sector del café en Colombia es altamente competitivo, con la presencia de marcas nacionales consolidadas como Juan Valdez e internacionales como Starbucks, así como nuevas propuestas emergentes, Tinto competirá con éxito al enfocarse en la educación del consumidor y en la creación de una experiencia única que combina la tradición con la innovación. Mientras otros competidores pueden centrarse únicamente en la calidad del producto o en la expansión masiva, Tinto buscará destacar a través de la personalización, la sostenibilidad y la conexión emocional con la cultura cafetera colombiana.

Portafolio De Productos Y/O Servicios.

Tinto Coffee Shop ofrece una experiencia única en el mercado del café, combinando la venta de café premium con experiencias multisensoriales que educan y deleitan a los clientes. Nuestro portafolio se compone de dos principales líneas de productos y servicios:

- Experiencias y café: en Tinto, creemos que el café es más que una bebida; es una experiencia que involucra todos los sentidos. Por ello, ofrecemos experiencias cortas y multisensoriales

dentro de nuestro espacio, donde los clientes pueden aprender sobre el proceso completo del café, desde la siembra hasta la taza. Estas experiencias no solo educan, sino que también permiten a los clientes disfrutar de una selección de cafés de especialidad, acompañados de un maridaje cuidadosamente seleccionado para realzar los sabores y aromas. Además, guiamos a los clientes en la exploración de sus propias preferencias, ayudándoles a descubrir cuál es el café que más les gusta de acuerdo con su perfil de sabor. El maridaje incluirá postres artesanales, chocolates finos y otros productos de pastelería de sal, que complementan a la perfección la bebida, creando una experiencia gastronómica integral.

- **Café para Llevar:** se ofrecerá la presentación en bolsa para llevar, teniendo las opciones de grano o molido, permitiendo que nuestros clientes disfruten de esta bebida en la comodidad de sus hogares y con las diferentes opciones de preparación de su preferencia. El café será adquirido directamente de caficultores colombianos, con quienes estableceremos relaciones sólidas basadas en la calidad y la sostenibilidad. Nos aseguraremos de trabajar con productores que compartan nuestra visión de ofrecer café premium, cultivado de manera responsable y con un enfoque en prácticas agrícolas que no comprometan los recursos naturales. Cada bolsa que venderemos reflejará autenticidad y responsabilidad, asegurando que nuestros clientes reciban un producto que no solo es delicioso, sino que también respalda a las comunidades cafeteras.

Las relaciones directas con los productores nos permiten obtener granos frescos y de origen certificado, garantizando la trazabilidad y la transparencia en cada compra. Además, trabajamos con artesanos y proveedores locales para ofrecer productos de maridaje que complementen nuestra oferta de café, asegurando una experiencia auténtica y coherente para nuestros clientes.

El Problema Que Resuelve Tinto Coffee Shop.

A pesar de que Colombia es reconocida mundialmente por la calidad de su café, existe una desconexión significativa entre los colombianos y los productos de especialidad que se cultivan en su propio país. A pesar de que nuestros granos son admirados y consumidos globalmente, la mayoría de los consumidores locales no tienen la oportunidad de disfrutar de las variedades de más alta calidad, lo que representa una oportunidad perdida para el mercado nacional. Esta desconexión no solo limita el acceso, sino que también perpetúa un desconocimiento general sobre lo que significa realmente disfrutar de un café de especialidad.

Tinto Coffee Shop surge para abordar esta desconexión, ofreciendo a los colombianos la oportunidad de redescubrir y valorar la verdadera esencia del producto más emblemático del país. Para lograrlo, nos enfocamos en dos aspectos clave: primero, brindamos experiencias cortas y multisensoriales que educan a nuestros clientes sobre todo el proceso de producción, desde la finca hasta la taza, ayudándoles a comprender y apreciar lo que significa disfrutar de un café premium y sus características únicas. Segundo, hacemos que el café de especialidad sea accesible para todos, tanto en nuestro espacio físico, donde los clientes pueden disfrutar de bebidas de alta calidad, como a través de nuestra línea de productos en bolsa, que permite llevar a casa granos de alta calidad adquiridos directamente de caficultores colombianos.

Lo que distingue a Tinto Coffee Shop es nuestra combinación de educación, experiencia y democratización del consumo. A diferencia de nuestros competidores, no solo ofrecemos una bebida; creamos un espacio donde los consumidores pueden aprender, explorar y valorar profundamente lo que hace único al café colombiano. Además, al trabajar directamente con los

productores, garantizamos la más alta calidad, frescura y sostenibilidad, ofreciendo un producto auténtico que también respalda a las comunidades cafeteras país.

Nuestra ventaja competitiva radica en esta integración única de educación y experiencia, dirigida a un segmento del mercado que ha sido en gran medida ignorado. Tinto no solo satisface la demanda de productos premium, sino que también cultiva un sentido de orgullo y conexión con la rica herencia cafetera de Colombia, diferenciándonos claramente de otras ofertas en el mercado.

Fuentes De Ingresos.

El modelo de negocio de Tinto Coffee Shop se sustenta en diversas fuentes de ingresos, todas alineadas con la misión de ofrecer café de especialidad y experiencias educativas de alta calidad. Estas fuentes permiten que el negocio no solo dependa de las ventas diarias en el local, sino que diversifique sus ingresos a través de productos complementarios y servicios únicos. A continuación, se detallan las principales fuentes de ingresos del emprendimiento.

Ventas Directas En El Coffee Shop.

La principal fuente de ingresos de Tinto Coffee Shop proviene de la venta directa de café de especialidad y otras bebidas preparadas en el establecimiento. Cada venta está diseñada para ofrecer una experiencia educativa y sensorial única, lo que justifica precios premium.

Incluye las ventas de café de especialidad, espresso, cappuccino, lattes, pour-over, prensa francesa y otros métodos de extracción, así como productos complementarios como té y bebidas frías. La experiencia en la preparación, la calidad del café y la interacción con los baristas son determinantes para el valor percibido por los clientes.

Venta De Café En Bolsa.

Tinto Coffee Shop también ofrece café en bolsa para que los clientes puedan disfrutar de café de especialidad en casa. Este producto incluye granos seleccionados de caficultores colombianos y se vende tanto en el espacio físico como en línea.

Los factores clave son la calidad del grano, la transparencia sobre el origen y el comercio justo, para captar a los clientes interesados en llevar una experiencia premium a casa.

Experiencias Multisensoriales Y Educativas.

Tinto se diferencia ofreciendo experiencias educativas centradas en el café. Estas experiencias son una fuente de ingresos adicional y contribuyen al valor de la marca. Talleres sobre la preparación de café, catas y visitas guiadas sobre la historia y el proceso de producción del café, además de sesiones de cupping para que los clientes aprendan a diferenciar perfiles de sabor.

El conocimiento y la personalización de las experiencias son fundamentales para justificar el precio. El valor educativo y la posibilidad de interacción directa con expertos del café son atractivos para los entusiastas.

Venta De Productos Complementarios.

El coffee shop también genera ingresos a partir de la venta de productos complementarios que se disfrutan junto al café. Incluye la venta de productos de panadería y repostería, así como snacks saludables que maridan bien con el café. La calidad de los productos y su capacidad de complementar la experiencia del café aumentan las ventas de impulso.

Tienda En Línea.

A través de la tienda en línea, Tinto Coffee Shop puede vender productos más allá del espacio físico, extendiendo su alcance a clientes de todo el país. La venta de café en bolsa, artículos de merchandising (tazas, camisetas, accesorios de café), y la posibilidad de reservar experiencias educativas. Los clientes pueden hacer sus pedidos en línea y recibir los productos en sus hogares.

Suscripciones De Café.

Para fidelizar a los clientes y asegurar ingresos recurrentes, Tinto ofrece un servicio de suscripción de café, donde los clientes reciben mensualmente una selección de granos de café en sus hogares. La comodidad del servicio y la curaduría de granos exclusivos para los suscriptores son fundamentales para mantener el interés a largo plazo.

Portafolio De Clientes.

Al realizar el análisis de los potenciales clientes de tinto, decidimos enfocarnos en segmentos específicos del mercado, con el objetivo de diseñar productos y servicios que resuenen profundamente con sus deseos y necesidades, y de esta manera diseñar experiencias únicas que nos diferencien de las opciones tradicionales.

En Tinto, el proceso de compra se caracteriza por tener un alto grado de involucramiento por parte de nuestra audiencia, dado su aprecio por el café de calidad. La decisión radica en su naturaleza consciente lo cual la vuelve compleja, ya que nuestros clientes toman decisiones informadas y reflexivas. A continuación, presentamos una descripción detallada, destacando su segmentación demográfica y psicográfica, así como sus conductas y relacionamiento con la categoría.

- Segmentación demográfica: mujeres y hombres de 21 a 40 años. Los jóvenes adultos, de entre 21 y 30 años, constituyen un segmento clave para Tinto Coffee Shop. Este grupo está en constante búsqueda de experiencias nuevas y emocionantes, siendo altamente activos en redes sociales y dispuestos a compartir sus vivencias en línea. Por otro lado, los adultos jóvenes, que se encuentran en el rango de edad de 31 a 40 años, priorizan la calidad y la conveniencia en sus elecciones. Muchos de ellos están en el auge de sus carreras profesionales y valoran profundamente un ambiente relajante donde puedan tanto trabajar como socializar, combinando productividad con disfrute.
- Segmentación psicográfica: entre los clientes potenciales de Tinto Coffee Shop, identificamos tres grupos, en el primero de ellos se encuentran los exploradores de café, quienes disfrutan probando diferentes variedades y métodos de preparación, mostrando un gran interés por la historia y el origen de los granos. En un segundo grupo, están los conocedores de café, se caracterizan por tener paladares refinados que aprecian los matices sutiles en el sabor y aroma del café, y que disfrutan participando en catas y eventos especializados. Y, por último, los buscadores de emociones, les atraen las actividades interactivas y emocionantes, como degustaciones a ciegas, que les permiten explorar el café de maneras innovadoras y divertidas.
- Segmentación conductual: dentro de los consumidores frecuentes de café, identificamos varios perfiles clave. Primero, están los rutinarios matutinos, quienes integran el café en su rutina diaria, consumiéndolo principalmente por la mañana, ya sea en el trabajo o en la universidad. Luego, encontramos a los cafeteros de tarde, que disfrutan de una pausa para recargar energías y mantenerse productivos durante el resto del día. Y, por último, los consumidores sociales,

que valoran la compañía y prefieren disfrutar de su bebida en un ambiente relajado y acogedor, ideal para socializar con amigos o familiares. Cada uno de estos grupos busca experiencias específicas que Tinto está diseñado para satisfacer.

Audiencias.

De acuerdo a la segmentación de nuestros consumidores y de acuerdo a sus hábitos de consumo, es importante profundizar en la comprensión de nuestras audiencias. A continuación, se detallarán sus características específicas y cómo se conectan con nuestra propuesta de valor.

Amantes Del Café.

Son personas que aprecian la calidad y la artesanía en el café, buscan experiencias únicas y están dispuestas a pagar más por productos de alta calidad y origen colombiano.

- Nombre: Ana Maria López.
- Edad: 28 años.
- Profesión: Diseñadora gráfica freelance.

Ana es una entusiasta del café que aprecia cada etapa del proceso, desde la molienda hasta la degustación. Le fascina explorar cafés de origen único y experimentar con diferentes métodos de preparación en casa. Para Ana, no es solo una bebida, es una forma de arte y un medio para conectarse con personas que comparten su misma pasión. Está dispuesta a invertir en alta calidad y es consciente del impacto ambiental de sus decisiones de consumo.

Profesionales Activos.

Son personas que buscan un lugar acogedor y estimulante para trabajar o reunirse con amigos. Valorarán un ambiente tranquilo con excelente café y opciones gastronómicas que les permitan mantenerse productivos durante el día.

- Nombre: Santiago Garzón.
- Edad: 35 años.
- Profesión: Consultor de negocios.

Juan es un profesional ocupado que trabaja largas horas y necesita un lugar tranquilo, para mantenerse enfocado y productivo. Disfruta comenzar su día con una taza de café de calidad mientras revisa sus correos electrónicos y organiza su agenda. Para él, la comodidad y la eficiencia son esenciales, por lo que busca lugares que ofrezcan un ambiente acogedor, WiFi, y opciones de café para llevar cuando está en movimiento.

Exploradores Gastronómicos.

son individuos apasionados por descubrir nuevos sabores y experiencias culinarias. Siempre están dispuestos a probar diferentes variedades de café y buscan disfrutar de experiencias sensoriales que amplíen y desafíen su paladar.

- Nombre: Alejandro Noreña.
- Edad: 35 años.
- Profesión: Director de marketing.

Alejandro es un apasionado de la gastronomía y los viajes, siempre en busca de explorar diferentes culturas y descubrir nuevos sabores y experiencias en todo el mundo. El café es una de

sus grandes pasiones, y disfruta experimentando con diversas variedades y métodos de preparación en cada destino que visita. Valora especialmente los lugares que ofrecen una amplia selección de café de alta calidad y experiencias únicas que le permiten sumergirse en la cultura de cada región.

Posicionamiento En El Mercado.

Tinto Coffee Shop se posiciona como un espacio donde la tradición cafetera colombiana se fusiona con experiencias innovadoras y educativas, creando un destino definitivo para los amantes del café que buscan algo más que una simple bebida. Trabajamos en estrecha colaboración con productores locales para garantizar la autenticidad de nuestros productos, llevando a nuestros clientes en un viaje sensorial único que captura la esencia de la cultura cafetera colombiana. Con cada taza, los invitamos a sumergirse en la rica historia y tradición del café, creando vínculos emocionales y experiencias inolvidables.

Para comunicar este posicionamiento, adoptamos estrategias que destacan la autenticidad y la calidad de nuestros productos y servicios. Utilizaremos una narrativa que enfatiza la conexión entre el café, la identidad cultural colombiana y las personas que lo producen. Esta narrativa se apoya en un key visual que evoca los paisajes cafeteros, la dedicación de los caficultores, y el proceso artesanal detrás de cada taza. En nuestras campañas de marketing, contaremos historias que resuenan con las pasiones de nuestros clientes, como la búsqueda de nuevos sabores y el deseo de aprender sobre el café, posicionando a Tinto como un lugar donde la calidad del producto se combina con experiencias auténticas y simbólicas de la cultura colombiana. Cada interacción es una oportunidad para explorar y celebrar la pasión compartida por esta bebida icónica.

Descripción De Los Elementos Organizacionales Del Emprendimiento.

Propiedad y Junta Directiva (estructura organizacional).

Tinto Coffee Shop se establecerá bajo la razón social MAPEC S.A.S., una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), con domicilio principal en Bogotá D.C. Esta forma de organización fue escogida debido a varios beneficios clave que ofrece para un emprendimiento como Tinto. En primer lugar, la S.A.S. proporciona una gran flexibilidad en la administración, permitiendo estructurar el gobierno corporativo de manera que mejor se ajuste a las necesidades del negocio, sin la rigidez de otras formas societarias. Además, permite la emisión de acciones, lo que facilita la incorporación de nuevos socios o inversionistas en el futuro, un aspecto crucial para el crecimiento y expansión del negocio. También limita la responsabilidad de los socios al monto de sus aportes, protegiendo el patrimonio personal y reduciendo el riesgo financiero. Por último, es ágil en su constitución y operación, lo que reduce los costos y la burocracia, permitiendo que Tinto Coffee Shop pueda enfocarse en el desarrollo y ejecución de su modelo de negocio.

La propiedad de MAPEC S.A.S. está dividida equitativamente entre los dos socios fundadores, Miguel Angel Escobar Prieto y Paula Nathalya Corredor Montealegre, cada uno con una participación del 50% del capital social. Esta estructura accionaria refleja la equidad en la contribución, responsabilidad y toma de decisiones estratégicas dentro de la empresa. En el futuro, la estructura de la S.A.S. permitirá la emisión de nuevas acciones para atraer inversión externa, lo que facilita el crecimiento y la expansión del negocio sin comprometer el control por parte de los socios fundadores.

La sociedad ha sido constituida por un término indefinido, proporcionando la flexibilidad necesaria para operar y evolucionar sin restricciones temporales. Esto es crucial para un emprendimiento que busca crecer de manera sostenible y adaptarse a las dinámicas del mercado a largo plazo. En cuanto a las actividades comerciales, la sociedad se dedicará principalmente a la venta de bebidas y alimentos preparados, así como a otras actividades de enseñanza no clasificadas previamente (n.c.p.). Estas actividades incluyen la realización de talleres, cursos y experiencias educativas relacionadas con el café y la gastronomía, permitiendo a Tinto diversificar su oferta y aprovechar oportunidades emergentes en el mercado. Además, el objeto social amplio le permite a la sociedad involucrarse en cualquier otra actividad comercial o civil lícita, lo que brinda flexibilidad para expandirse a nuevas líneas de negocio en el futuro.

La administración de MAPEC S.A.S. estará a cargo de Paula Nathalya Corredor Montealegre, quien ha sido designada como la representante legal de la sociedad. Paula cuenta con amplia experiencia en gestión de proyectos y un profundo conocimiento del sector cafetero, lo que la convierte en la persona idónea para liderar las operaciones diarias de Tinto Coffee Shop. Como representante legal, Paula tendrá la responsabilidad de tomar decisiones estratégicas, supervisar la ejecución de las actividades comerciales, y garantizar el cumplimiento de los requerimientos legales y operativos de la empresa. Su rol también incluye la coordinación con Miguel Angel Escobar Prieto, su socio, para definir las estrategias de crecimiento y expansión, asegurando que ambas visiones se alineen con los objetivos de la empresa.

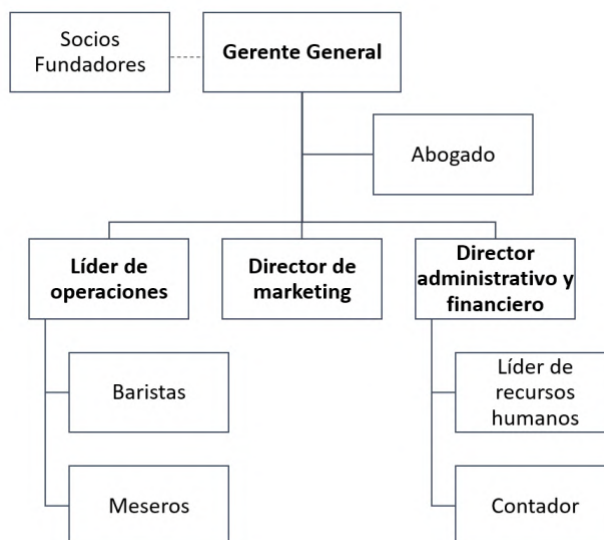
En el futuro, a medida que el negocio crezca, se considera la posibilidad de incorporar un consejo directivo que incluya a expertos en finanzas, marketing y operaciones, para proporcionar

asesoría estratégica y guiar el desarrollo del negocio hacia nuevas metas. Además, con el fin de expandir el capital y acelerar el crecimiento, MAPEC S.A.S. prevé la opción de atraer ángeles inversores, quienes podrían aportar no solo capital, sino también conocimiento y contactos valiosos para la expansión del emprendimiento.

Recursos Humanos Y/O Empleados Que Requiere El Emprendimiento.

En Tinto Coffee Shop, un equipo comprometido y dedicado es fundamental para crear la experiencia excepcional que ofrecemos a nuestros clientes. Detrás de cada detalle, hay un grupo de personas trabajando incansablemente para hacer realidad nuestra visión. Para garantizar un servicio de excelencia y una operación eficiente, es crucial contar con una estructura organizacional bien definida y un equipo alineado con nuestros valores. A continuación, se presenta el organigrama de Tinto, seguido de una descripción detallada de los roles y responsabilidades que conforman nuestro equipo, junto con los perfiles y competencias requeridos para cada posición.

Figura1. Organigrama Tinto Coffe Shop.



Fuente: Elaboración propia.

Gerente General.

El Gerente General es el máximo responsable de las operaciones diarias y el desempeño general de Tinto Coffee Shop. Supervisa todos los departamentos, asegura que se cumplan los objetivos estratégicos y representa la visión y misión de la empresa ante empleados, clientes y socios. Este rol implica liderazgo efectivo, toma de decisiones bajo presión y gestión de recursos para garantizar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

Competencias:

- Liderazgo estratégico y operativo.
- Capacidad de tomar decisiones informadas y ágiles.
- Habilidades de comunicación para interactuar con empleados, socios y clientes.

- Gestión financiera.
- Habilidades interpersonales para motivar y desarrollar equipos.

Requerimientos.

- Educación: Profesional en Administración de Empresas, Economía o áreas afines. Se valorarán estudios de postgrado o MBA.
- Experiencia: Mínimo 7 años en gestión de empresas de tamaño mediano, preferiblemente en el sector de alimentos y bebidas o retail.
- Idiomas: Bilingüe en español e inglés (deseable para alianzas y proveedores internacionales).
- Habilidades técnicas: Familiaridad con sistemas de gestión empresarial (ERP), software de ventas y marketing digital.

Abogado.

El abogado de Tinto Coffee Shop proporciona asesoría legal en todas las áreas corporativas, incluyendo contratos, propiedad intelectual, y cumplimiento normativo. Este profesional garantiza que la empresa opere dentro del marco legal, ayudando en la redacción y revisión de acuerdos, gestionando temas laborales y protegiendo los intereses comerciales de la empresa.

Competencias.

- Conocimiento avanzado en derecho corporativo y comercial.
- Habilidades de negociación para establecer acuerdos con proveedores, empleados y socios.
- Conocimiento en propiedad intelectual, licencias, y marcas.
- Capacidad para gestionar conflictos legales y litigios en caso necesario.

- Dominio de la legislación laboral colombiana y normativas de comercio.
- Capacidad de análisis crítico y resolución de problemas legales complejos.

Requerimientos.

- Educación: Profesional en Derecho con especialización en Derecho Corporativo o Comercial.
Se valorará una especialización en Propiedad Intelectual o Legislación Laboral.
- Experiencia: Mínimo 5 años de experiencia en derecho corporativo y comercial, preferiblemente con experiencia en empresas del sector de retail o alimentos y bebidas.
- Idiomas: Nivel avanzado de inglés es deseable para gestionar posibles contratos internacionales o marcas.
- Habilidades técnicas: Familiaridad con sistemas de gestión documental y software de análisis legal.

Líder De Operaciones.

El Líder de Operaciones supervisa el funcionamiento interno del coffee shop, desde el control de inventarios hasta la gestión del personal operativo. Debe garantizar la eficiencia y calidad en el servicio, optimizando los procesos para lograr un rendimiento óptimo en todas las áreas operativas.

Competencias.

- Gestión de equipos y liderazgo en el área operativa.
- Conocimiento de logística e inventarios.
- Control de calidad y optimización de procesos.

- Habilidades organizativas y capacidad de trabajo bajo presión.
- Atención al detalle para garantizar la satisfacción del cliente.

Requerimientos.

- Educación: Profesional en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, o afines.
- Experiencia: Mínimo 3 años en gestión de operaciones en establecimientos de alimentos y bebidas o retail.
- Habilidades técnicas: Manejo de software de inventarios y control de costos, habilidades avanzadas en excel y sistemas de control de producción.

Director De Marketing.

El Director de Marketing es el encargado de desarrollar e implementar estrategias de marketing para posicionar la marca de Tinto en el mercado. Este rol es clave para atraer y retener clientes, aumentar el reconocimiento de la marca y generar tráfico hacia el coffee shop y la venta de productos en línea.

Competencias.

- Creatividad y pensamiento innovador.
- Capacidad analítica para interpretar datos de mercado y de clientes.
- Conocimiento de marketing digital (SEO, SEM, campañas de redes sociales).
- Experiencia en branding y desarrollo de marcas.
- Habilidades de comunicación, tanto escrita como verbal.
- Trabajo en equipo y gestión de proyectos.

Requerimientos.

- Educación: Profesional en Marketing, Comunicación o Publicidad.
- Experiencia: Mínimo 6 años en roles de marketing, preferiblemente en retail, alimentos o bebidas.
- Habilidades técnicas: Manejo de plataformas de marketing digital (Google Ads, Facebook Ads, Google Analytics) y herramientas de CRM.

Director Administrativo y Financiero.

El Director Administrativo y Financiero gestiona las finanzas de la empresa, asegurando que los recursos se utilicen de manera eficiente y rentable. Debe llevar un control riguroso de los ingresos y gastos, así como planificar financieramente a corto y largo plazo. También gestiona las tareas administrativas del coffee shop.

Competencias.

- Conocimiento avanzado de contabilidad y finanzas corporativas.
- Habilidades analíticas para la elaboración de informes financieros.
- Gestión eficiente de recursos.
- Habilidad para negociar con proveedores y analizar contratos.
- Capacidad para implementar estrategias de reducción de costos.

Requerimientos.

- Educación: Profesional en Contabilidad, Finanzas o Administración de Empresas.
- Experiencia: Mínimo 5 años en gestión financiera, con experiencia en control presupuestos, contabilidad y análisis financiero.

- Habilidades técnicas: Dominio de software contable y Excel avanzado.

Líder de Recursos Humanos.

El Líder de Recursos Humanos se encarga de la gestión del talento en Tinto Coffee Shop, desde la contratación y formación de empleados hasta la creación de planes de desarrollo profesional. También garantiza que la cultura y los valores de la empresa se reflejen en la gestión del equipo. Un buen equipo de trabajo no se basa únicamente en habilidades individuales, sino en la cohesión, confianza y un propósito común que une a todos hacia un mismo objetivo (Bills, 2021).

Competencias.

- Habilidades de gestión de personas y desarrollo de talento.
- Capacidad para gestionar procesos de contratación y retención de empleados.
- Empatía y habilidades de mediación para resolver conflictos laborales.
- Conocimiento de legislación laboral.
- Capacidad de diseñar programas de formación y desarrollo profesional.

Requerimientos.

- Educación: Profesional en Psicología, Administración de Empresas o áreas afines.
- Experiencia: Mínimo 4 años en gestión de recursos humanos, con experiencia en contratación, formación y desarrollo de talento.
- Habilidades técnicas: Conocimiento de software de recursos humanos y plataformas de gestión de nómina.

Contador.

El contador es responsable de llevar las cuentas y registros financieros de la empresa, así como de preparar los informes fiscales y asegurarse de que Tinto cumpla con todas las regulaciones contables y fiscales.

Competencias.

- Conocimiento avanzado en contabilidad financiera y fiscal.
- Capacidad de análisis y preparación de estados financieros.
- Manejo de impuestos y cumplimiento regulatorio.

Requerimientos.

- Educación: Profesional en Contabilidad o áreas afines.
- Experiencia: Mínimo 3 años en roles contables.
- Habilidades técnicas: Dominio de software contable.

Baristas.

Los baristas son responsables de la preparación del café de especialidad y otras bebidas, garantizando que los clientes reciban productos de alta calidad. También desempeñan un papel fundamental en la experiencia del cliente, ya que interactúan directamente con ellos.

Competencias.

- Conocimiento profundo de métodos de preparación de café de especialidad.
- Atención al detalle y precisión en la preparación de bebidas.
- Excelente atención al cliente y habilidades de comunicación.
- Capacidad para trabajar bajo presión y en equipo.

Requerimiento.

- Educación: Certificación de barista.
- Experiencia: Mínimo 3 años en un coffee shop o establecimiento similar.
- Habilidades técnicas: Uso de equipos de café profesionales, conocimiento avanzado de variedades de café y métodos de extracción y preparación.

Meseros.

Los meseros interactúan directamente con los clientes, tomando pedidos y sirviendo productos en el coffee shop. Deben garantizar un servicio rápido, amable y preciso, contribuyendo a una experiencia positiva para el cliente.

Competencias.

- Atención al cliente y habilidades de comunicación.
- Capacidad para trabajar en un entorno rápido y bajo presión.
- Trabajo en equipo y habilidades interpersonales.
- Organización y atención al detalle.

Requerimientos.

- Educación: Educación secundaria completa.
- Experiencia: Mínimo 1 año en servicio al cliente o roles similares.
- Habilidades técnicas: Manejo de sistemas de punto de venta.

Tipos De Contratación Y Rangos Salariales.

Gerente General.

- Rango Salarial: \$7.000.000 - \$10.00.000 COP.

- Tipo de Contrato: Contratación directa a tiempo completo.

Abogado.

- Rango Salarial: \$5.000.000 - \$9.000.000 COP.
- Tipo de Contrato: Por contrato según necesidad.

Líder De Operaciones.

- Rango Salarial: \$5.000.000 - \$8.000.000 COP
- Tipo de Contrato: Contratación directa a tiempo completo

Director De Marketing.

- Rango Salarial: \$5.000.000 - \$9.000.000 COP.
- Tipo de Contrato: Contratación directa a tiempo completo.

Director Administrativo Y Financiero.

- Rango Salarial: \$6.000.000 - \$10.000.000 COP.
- Tipo de Contrato: Contratación directa a tiempo completo.

Líder De Recursos Humanos.

- Rango Salarial: \$4.000.000 - \$7.000.000 COP.
- Tipo de Contrato: Contratación directa a tiempo completo.

Contador.

- Rango Salarial: \$3.000.000 - \$6.000.000 COP.
- Tipo de Contrato: Contratación directa a tiempo completo.

Baristas.

- Rango Salarial: \$1.200.000 - \$2.000.000 COP.
- Tipo de Contrato: Contratación a término fijo 6 meses.

Meseros.

- Rango Salarial: \$1.100.000 - \$1.800.000 COP.
- Tipo de Contrato: Contratación a término fijo 6 meses.

Personal De Aseo

- Rango Salarial: \$1.000.000 - \$1.500.000 COP.
- Tipo de Contrato: Subcontratación con empresa prestadora de servicios generales.

Descripción De Socios Y/O Alianzas Que Requieren El Emprendimiento

El éxito de Tinto Coffee Shop se sustenta en las alianzas estratégicas que formamos a lo largo de nuestra cadena de valor. Estas colaboraciones son fundamentales para asegurar la calidad, sostenibilidad y eficiencia de nuestras operaciones. En esta sección, se presentan los principales socios y aliados clave que contribuyen al crecimiento y desarrollo de nuestro emprendimiento.

Alianzas.***Proveedores De Café De Especialidad.***

Los proveedores de café son esenciales para garantizar que Tinto Coffee Shop ofrezca granos de la más alta calidad, directamente adquiridos de caficultores colombianos.

- Compromiso con la calidad: caficultores comprometidos con la producción de café de especialidad, asegurando prácticas agrícolas sostenibles y procesos de cosecha y postcosecha que maximicen la calidad del grano.
- Trazabilidad: capacidad para ofrecer trazabilidad completa del café, desde la finca hasta la taza, lo que permite a Tinto compartir con los clientes la historia y el origen de cada lote de café.
- Relaciones diversificadas: Para garantizar una operación sólida y sostenible, establecemos relaciones con múltiples proveedores en diversas regiones cafeteras de Colombia, tales como Huila, Antioquia, Cauca, y Nariño. Esta estrategia no solo asegura un suministro constante ante desafíos climáticos, económicos o logísticos que puedan afectar una región en particular, sino que también nos permite ofrecer una variedad de perfiles de sabor únicos que reflejan la riqueza y diversidad del café colombiano. Estas relaciones se construyen sobre contratos a largo plazo, que incluyen compromisos mutuos en cuanto a calidad, volúmenes, y precios justos, generando un impacto positivo en las comunidades locales.
- Planificación logística: Hemos desarrollado un plan logístico detallado y adaptable que contempla todos los aspectos de la cadena de suministro, desde la recolección del café en las fincas hasta su entrega en las instalaciones de Tinto Coffee Shop. Este plan considera:

Almacenamiento estratégico: Uso de almacenes locales en puntos clave cercanos a las regiones productoras para reducir tiempos de transporte y garantizar la frescura del producto.

Capacidad de expansión: Proyección de volúmenes y rutas que permitan escalabilidad según el crecimiento del negocio y la apertura de nuevas ubicaciones.

Gestión de picos de demanda: Incorporación de modelos de previsión que analicen factores estacionales, como aumentos en consumo durante festividades, para garantizar que siempre haya suficiente inventario sin comprometer la frescura del café.

Servicios Profesionales.

Para asegurar el correcto funcionamiento y crecimiento, es necesario contar con servicios profesionales en diversas áreas clave.

- Asesoría legal: abogados especializados en comercio y propiedad intelectual que puedan ayudar a Tinto a proteger su marca, negociar contratos, y cumplir con las regulaciones locales.
- Consultoría financiera: expertos en finanzas que asesoren en la gestión de recursos, proyecciones de crecimiento, y estrategias de inversión para garantizar la sostenibilidad financiera del negocio.

Empresas De Tecnología Y Soluciones Digitales.

Estas empresas proveen las herramientas tecnológicas necesarias para operar de manera eficiente, mejorar la experiencia del cliente y expandir la presencia digital.

- Plataformas de gestión de inventario: soluciones que permiten un control preciso del inventario de café y otros insumos, optimizando el flujo de productos y reduciendo el desperdicio.
- Sistemas de pago y punto de venta: proveedores de sistemas de punto de venta (POS) que integran pagos, gestión de pedidos y análisis de ventas, mejorando la eficiencia operativa.

Proveedores De Suministros Y Materias Primas.

Además del café, Tinto requiere una variedad de suministros y materias primas para operar de manera efectiva y ofrecer una experiencia completa a los clientes.

- Proveedores de alimentos y bebidas complementarias: empresas que ofrezcan productos de alta calidad, como pastelería, lácteos, y otros ingredientes que complementen la oferta de café.
- Suministros de Empaque: proveedores de materiales de empaque sostenibles y de calidad, que aseguren la frescura del café en bolsa y reflejen el compromiso con el medio ambiente.
- Equipamiento de Coffee Shop: proveedores de equipos como máquinas de espresso, molinos, y otros elementos esenciales para la preparación de café, garantizando la mejor tecnología disponible.

Canales Aliados.

Para maximizar el alcance y la conveniencia para los clientes, debemos establecer alianzas con canales de distribución y venta que complementen la oferta.

- Plataformas de comercio electrónico: alianzas con plataformas de ecommerce que permitan a Tinto ofrecer sus productos en línea, facilitando la compra de café en bolsa y otros productos a clientes que prefieren la comodidad de las compras digitales.
- Tiendas de especialidad: colaboración con tiendas gourmet y de productos especializados que quieran incluir el café de Tinto en su catálogo, alcanzando un público que ya valora productos premium.
- Alianzas locales: asociaciones con otros negocios locales, como restaurantes, que estén interesados en ofrecer café de especialidad de Tinto como parte de su menú, incrementando la visibilidad de la marca.

Cooperativas Y Asociaciones De Caficultores.

Estas organizaciones agrupan a pequeños y medianos productores, lo cual permite acceder a una amplia gama de variedades y lotes de café de especialidad.

- **Diversidad de Ofertas:** Cooperativas que reúnen a productores de diferentes regiones de Colombia, ofreciendo una amplia gama de perfiles de sabor y calidades de café.
- **Fortalecimiento Comunitario:** Cooperativas que invierten en el desarrollo comunitario y en la mejora de las condiciones de vida de los caficultores, alineándose con los valores de Tinto en cuanto a sostenibilidad y responsabilidad social.
- **Capacidad de Escala:** Capacidad para aumentar la producción y satisfacer la demanda creciente a medida que Tinto expande su presencia en el mercado.

Empresas De Logística Y Distribución.

Empresas especializadas en la logística y distribución de productos que aseguran que el café llegue en óptimas condiciones a los puntos de venta y a los clientes finales.

- **Cadena de frío y transporte especializado:** proveedores que garantizan que el café, especialmente el envasado en bolsas, sea transportado bajo condiciones que mantengan su frescura y calidad.
- **Distribución eficiente:** empresas con capacidad para distribuir el café a nivel nacional, asegurando tiempos de entrega rápidos y un servicio de alta calidad.
- **Sostenibilidad en logística:** empresas que se alinean con los valores de Tinto, utilizando métodos de transporte sostenibles y empaques ecológicos para minimizar el impacto ambiental.

Procesos De Negocio.

Para garantizar que Tinto Coffee Shop funcione de manera eficiente, se definieron procesos clave que permitieran la producción y entrega del servicio. Dichos procesos no solo aseguran la calidad del café y la experiencia de los clientes, sino también la sostenibilidad del negocio en términos operativos y financieros. A continuación, se describe cómo se llevará a cabo cada uno, los equipos necesarios y los controles de calidad aplicables.

Producción Del Producto.

El proceso de producción de café en Tinto Coffee Shop comienza con la selección de granos de café de especialidad provenientes de caficultores colombianos, que son cuidadosamente tostados y luego utilizados en el coffee shop. El café es preparado con técnicas precisas y equipos especializados para asegurar una experiencia sensorial de alta calidad.

- **Métodos de Producción.**

Selección de Granos: Los granos son adquiridos directamente de caficultores certificados que siguen prácticas sostenibles. Estos granos pasan por un control de calidad para garantizar que cumplan con los estándares de Tinto.

Tostado: Los granos seleccionados se envían a un tostador especializado que sigue los perfiles de tostado definidos por Tinto para resaltar las características únicas del café. En un mediano plazo el tostado se realizará en el mismo local.

Preparación en el Coffee Shop: El café es preparado utilizando métodos como espresso, pour-over (V60, Chemex), prensa francesa y sifón, dependiendo de las preferencias del cliente.

- **Equipo Necesario.**

Máquinas de Espresso: Máquinas de alta calidad que permiten extraer café con precisión.

Molinos de Café: Molinos de precisión ajustables según el tipo de preparación.

Equipos de Preparación Manual: V60, Chemex, Aeropress, sifón y prensa francesa.

- Costos de Producción.

Costo por libra de café: Dependerá del proveedor, pero se estima entre \$30.000 - \$60.000 COP por libra para café de especialidad.

Costos de equipo.

Máquina de espresso: \$10.000.000 - \$30.000.000 COP.

Molinos de café: \$2.000.000 - \$5.000.000 COP.

Costos adicionales: Mano de obra de baristas y servicios públicos.

Entrega Del Servicio: Experiencia Del Cliente.

El servicio en Tinto Coffee Shop no se limita a la entrega de una bebida; el objetivo es ofrecer una experiencia multisensorial que eduque al cliente sobre el café y lo conecte con sus raíces culturales. El proceso incluye la interacción con los baristas, que explican la preparación y las características del café, mientras crean un ambiente acogedor y personalizado.

- Pasos del Proceso.

Recepción del Cliente: El cliente es recibido por un mesero o barista que le explica las opciones de café y los métodos de preparación disponibles.

Interacción Educativa: Los baristas interactúan con los clientes, educándolos sobre el origen del café, el método de preparación y las notas de sabor.

Preparación y Presentación: El café se prepara utilizando el método elegido por el cliente y se presenta con explicaciones detalladas para que el cliente pueda apreciar sus características.

Servicio en Mesa o Para Llevar: El cliente puede disfrutar del café en el local o llevárselo en empaques biodegradables que mantienen la calidad del producto.

- **Equipo Necesario.**

Sistema de Punto de Venta: Para gestionar los pedidos y pagos.

Empaques Sostenibles: Si el cliente opta por llevar el café, los empaques deben ser biodegradables y de alta calidad para preservar el sabor.

Mobiliario y decoración: Debe ser coherente con la experiencia sensorial y educativa del lugar.

- **Costos de Producción.**

Mano de obra: Sueldos de meseros y baristas (ver sección de recursos humanos).

Costos de equipos: Sistema POS y empaques biodegradables.

Controles de Calidad

Para asegurar que cada taza de café servida en Tinto cumpla con los más altos estándares de calidad, es esencial establecer un sistema de control en cada etapa del proceso.

- **Controles de Calidad en la Producción.**

Selección de Granos: Se realizan catas regulares para asegurarse de que los lotes de café comprados cumplan con los estándares de calidad de Tinto.

Tostado: Se define un perfil de tostado específico para cada origen de café y se verifica en cada lote mediante catas.

Molienda y Extracción: Los baristas ajustan los molinos de café diariamente para asegurar que la molienda sea consistente. Además, se realizan pruebas de extracción para garantizar que los tiempos de preparación sean precisos.

- Controles de Calidad en el Servicio.

Capacitación de Baristas: Se realizan formaciones continuas para asegurar que los baristas puedan preparar el café según los estándares de calidad definidos por Tinto.

Encuestas de Satisfacción: Los clientes son invitados a compartir su experiencia mediante encuestas que permiten monitorear la calidad del servicio.

Supervisión Continua: El Líder de Operaciones supervisa constantemente la calidad del servicio y de los productos, corrigiendo cualquier desviación de los estándares.

- Costos de Control de Calidad.

Catas regulares: Costos asociados a los granos de café utilizados en las catas.

Formación del personal: Inversiones en cursos y capacitación constante.

Supervisión: Costos del Líder de Operaciones y el equipo de supervisión.

Mantenimiento De Equipos Y Sostenibilidad

El mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos es fundamental para garantizar la operatividad. Además, la sostenibilidad es un pilar esencial en Tinto, lo que implica reducir el impacto ambiental en cada fase del proceso.

- Pasos del Proceso de Mantenimiento.

Revisiones Periódicas: El equipo, especialmente las máquinas de espresso y molinos, debe ser revisado semanalmente para evitar fallas.

Mantenimiento Correctivo: En caso de fallas, se cuenta con un plan de reparaciones con proveedores de equipos.

Limpieza Profunda: Se realiza una limpieza diaria y profunda de los equipos de café para mantener su eficiencia y prolongar su vida útil.

- Estrategias de Sostenibilidad.

Empaque Biodegradable: Todos los empaques para llevar serán sostenibles.

Reciclaje: Implementación de un sistema de reciclaje dentro del coffee shop para la correcta disposición de residuos.

Eficiencia Energética: Uso de equipos de bajo consumo energético para reducir el impacto ambiental.

- Costos.

Mantenimiento: \$300.000 - \$600.000 COP mensuales para revisiones y reparaciones de equipos.

Costos de sostenibilidad: Incluyen costos de empaques biodegradables y sistemas de reciclaje.

Con esta estructura de procesos de negocio, Tinto Coffee Shop asegura una operación eficiente, rentable y alineada con sus objetivos de calidad y sostenibilidad.

Aspectos Legales A Considerar Para La Puesta En Marcha Del Emprendimiento

La correcta puesta en marcha de Tinto Coffee Shop requiere cumplir con una serie de requisitos legales y normativos que garantizan el funcionamiento seguro, legítimo y alineado con las leyes colombianas. A continuación, se detallan los principales aspectos legales que deben considerarse:

Licencias Y Permisos

Para operar un establecimiento de alimentos y bebidas en Colombia, se necesitan varias licencias y permisos específicos que regulan tanto la actividad comercial como el cumplimiento de normas de sanidad. Los principales son:

- Registro Mercantil: Inscripción del negocio en la Cámara de Comercio local para legalizar la actividad comercial.
- Permiso de Uso del Suelo: Es necesario obtener autorización del municipio que permita la operación del coffee shop en el área seleccionada.
- Registro Sanitario (Invima): Como establecimiento de venta de alimentos y bebidas, se requiere la aprobación del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) para garantizar que los productos cumplen con las normas de salubridad.
- Licencia de Funcionamiento: Otorgada por la alcaldía o entidad local, certifica que el establecimiento cumple con las normas municipales.
- Certificado de Bomberos: Garantiza que el local cumple con las normas de seguridad y prevención de incendios.

Registro De Marca Y Propiedad Intelectual.

Para proteger la identidad de la marca y evitar la imitación o uso indebido, es fundamental registrar la propiedad intelectual de Tinto Coffee Shop:

- Registro de Marca: La marca "Tinto Coffee Shop" debe registrarse ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para garantizar su exclusividad en el mercado colombiano. Esto incluye el nombre, el logotipo y cualquier eslogan que se utilice.

Cobertura De Seguros.

Para mitigar los riesgos inherentes a la operación de un establecimiento de alimentos y bebidas, es crucial contar con seguros que cubran las principales áreas de exposición. Estos incluyen:

- Seguro de Responsabilidad Civil: Protege contra reclamaciones de terceros por daños o lesiones que puedan ocurrir en el establecimiento.
- Seguro Contra Incendios y Desastres Naturales: Cubre los daños materiales en el local en caso de incendios, terremotos u otros desastres.
- Seguro de Vida y Salud para Empleados: Es obligatorio contar con seguro de riesgos laborales (ARL) y, dependiendo del tipo de contrato, también se debe garantizar la afiliación a salud y pensión para todos los empleados.
- Seguro para Equipos: Protege las máquinas de café y otros equipos esenciales en caso de daños o robos.

Descripción De Las Operaciones Requeridas Por El Emprendimiento

El funcionamiento de Tinto Coffee Shop requiere una organización meticulosa y una infraestructura adecuada para garantizar la producción de café de alta calidad y la entrega de una experiencia excepcional a los clientes. Esta sección cubre el paso a paso de la producción de los productos y servicios, así como los recursos e infraestructura necesarios para su correcta implementación.

Producción De Los Productos Y Servicios De Tinto.

La producción en Tinto Coffee Shop se divide en varias etapas clave, desde la selección del café hasta la entrega del servicio al cliente:

Selección De Café.

Los granos de café de especialidad son adquiridos directamente de caficultores locales que cumplen con estándares de comercio justo y sostenibilidad. Se realiza una cata inicial para asegurar que los lotes cumplen con los estándares de Tinto.

Tostado.

Los granos seleccionados son tostados (por un proveedor aliado) siguiendo perfiles de tostado específicos que resaltan las características únicas de cada variedad.

Preparación Del Café.

En el coffee shop, los baristas preparan el café utilizando varios métodos de extracción. Cada bebida se prepara al momento de recibir el pedido, garantizando frescura.

Entrega Del Servicio.

Los baristas educan a los clientes sobre el origen del café y las características de cada bebida. Si el cliente compra café en bolsa, se ofrece una breve explicación sobre cómo prepararlo adecuadamente en casa.

Experiencias Educativas.

Para los clientes que participan en las experiencias multisensoriales, se lleva a cabo una presentación del proceso completo, desde la siembra hasta la taza.

Requerimientos De Instalaciones.

Para la correcta operación del coffee shop, es necesario contar con un espacio adecuado que permita tanto la preparación del café como la interacción con los clientes. Las principales características del local incluyen:

Tamaño Del Local.

Un espacio de entre 80 y 150 metros cuadrados es ideal para acomodar tanto la zona de atención al cliente como el área de preparación, con zonas definidas las cuales relacionamos a continuación:

- Área de Barismo: Espacio equipado con máquinas de espresso, molinos y otros equipos para la preparación de bebidas.
- Zona de Asientos para Clientes: Área confortable con capacidad para 20-40 personas, que combine mesas y sillas con decoración que celebre la cultura colombiana.
- Zona Educativa/Experiencial: El espacio alrededor de la barra, donde se van a dirigir las experiencias cortas y un espacio separado para llevar a cabo talleres o catas guiadas.
- Almacén: Espacio para almacenar granos de café, empaques y productos complementarios.
- Baños y Zona de Lavado: Cumpliendo con las normativas locales de sanidad.

Infraestructura.

La infraestructura está diseñada en satisfacer las necesidades tanto operativas como de servicio al cliente. Esto incluye:

- Sistemas de Plomería: Asegurar que el local cuente con sistemas de agua potable y desagües adecuados para la preparación de café y la limpieza de equipos.

- **Sistemas Eléctricos:** Necesidad de electricidad estable y suficiente para operar las máquinas de espresso, molinos, refrigeradores y sistemas de iluminación. Las máquinas de café requieren conexiones de alto voltaje.
- **Conexión a Internet:** Wi-Fi de alta velocidad para uso de clientes y para el sistema de punto de venta.
- **Calefactores y aires acondicionados:** Mantener una temperatura adecuada en el local, especialmente en áreas donde se realiza la preparación del café.

Maquinaria Y Equipos.

Tinto Coffee Shop requiere una inversión inicial en maquinaria de calidad para garantizar una preparación consistente del café. Los principales equipos incluyen:

- **Máquinas de Espresso:** De doble o triple grupo, para manejar el volumen de clientes.
- **Molinos de Café:** Ajustables para diferentes métodos de preparación.
- **Equipos de Preparación Manual:** V60, Chemex, Aeropress, sifón, prensa francesa.
- **Refrigeradores:** Para almacenar productos lácteos y bebidas frías.
- **Sistema de Filtrado de Agua:** Garantiza la pureza del agua utilizada en la preparación del café.
- **Sistema de Punto de Venta (POS):** Para gestionar los pagos, inventarios y las reservas de experiencias.
- **Empaques Biodegradables:** Utilizados para los productos para llevar, incluyendo bolsas de café.

Requerimientos Financieros.

Para la puesta en marcha de Tinto Coffee Shop, es esencial considerar los costos iniciales y los gastos operativos. A continuación, se estiman los principales requerimientos financieros:

- Inversión Inicial en Equipos y Maquinaria.
- Adecuación del Local: Remodelación, instalación de sistemas eléctricos y de plomería, diseño de interiores.
- Inventario Inicial de Café y Suministros: Compra inicial de granos de café, productos de panadería, empaques y otros suministros
- Costos Operativos Mensuales: Arriendo, sueldos del personal, servicios públicos y marketing y promociones, publicidad digital, redes sociales y eventos especiales.

Instalaciones Que Requiere El Emprendimiento.

Al planificar las instalaciones de Tinto Coffee Shop, es fundamental considerar tanto las necesidades operativas como la experiencia que se busca ofrecer a los clientes. El espacio físico no solo debe facilitar la preparación y servicio del café, sino también ser un entorno acogedor y representativo de la cultura cafetera. Este capítulo explora en detalle los requisitos de ubicación, el tamaño del local y las facilidades necesarias, todo ello con el objetivo de garantizar que las instalaciones estén alineadas con los valores y la misión del emprendimiento.

Especificación De La Ubicación E Instalaciones Requeridas.

La ubicación de Tinto Coffee Shop es crítica para su éxito. Se busca un lugar en un área comercial de alto tráfico, preferiblemente en zonas de Bogotá donde haya una afluencia constante de personas. La ubicación ideal sería en la Zona G o el Parque de la 93, donde se concentran tanto

locales como turistas interesados en la cultura cafetera y gastronómica. Es importante que la ubicación cuente con un fácil acceso para peatones, ya que se espera un tráfico significativo de clientes que caminan por la zona.

Requerimientos Físicos (Espacios Y Accesos).

Para que el coffee shop funcione de manera eficiente, se requiere un diseño que maximice tanto la operatividad como la comodidad de los clientes. Los espacios físicos deben incluir:

- **Área de Atención al Cliente:** Un espacio amplio y abierto donde los clientes puedan disfrutar de su café en un ambiente relajado. El área debe contar con una capacidad para 20-40 personas sentadas.
- **Accesibilidad:** El local debe cumplir con las normativas de accesibilidad, incluyendo rampas y baños accesibles para personas con movilidad reducida.
- **Área de Preparación:** Una zona destinada exclusivamente a la preparación del café y otros productos. Esta área debe estar equipada con máquinas de espresso, molinos, neveras, y demás utensilios necesarios para la operación diaria.
- **Almacenamiento:** Espacio adecuado para almacenar café, productos de panadería, empaques, y suministros.
- **Baños:** Espacios sanitarios limpios y accesibles tanto para clientes como para el personal.

Facilidades De Transporte.

Es fundamental que el local esté ubicado en una zona con buenas facilidades de transporte público y accesibilidad vehicular. Esto no solo facilitará el acceso de los clientes, sino también la logística de proveedores y empleados.

- Transporte Público: La ubicación ideal debe estar cercana a estaciones de TransMilenio, rutas de buses, o contar con facilidad de acceso para taxis y otros medios de transporte.
- Parqueadero: Se debe considerar la posibilidad de ofrecer estacionamiento propio o estar ubicado cerca de parqueaderos públicos para facilitar el acceso de los clientes que lleguen en vehículo particular.

Entorno.

El entorno del coffee shop es un factor clave para atraer a los clientes. El lugar debe estar rodeado de negocios complementarios como librerías, restaurantes o tiendas de moda, que generen un flujo constante de personas interesadas en experiencias gastronómicas y culturales. Zonas comerciales o culturales que promuevan un estilo de vida de ocio y consumo consciente. También es importante que el lugar esté en un área segura, que invite a las personas a permanecer por más tiempo.

Tamaño De La Instalación.

El tamaño ideal del local debe ajustarse a las necesidades operativas del negocio, permitiendo un flujo eficiente de clientes y operaciones:

- Tamaño Ideal: Entre 80 y 150 metros cuadrados.
- Área de Atención: Un espacio de aproximadamente 40-60 metros cuadrados dedicado a la atención al cliente y mesas.
- Área de Preparación: Entre 15-25 metros cuadrados para la zona de barismo y preparación de alimentos.

- Almacén y Oficinas: Al menos 10-20 metros cuadrados dedicados a almacenamiento y área administrativa.

Tipo De Edificación.

El tipo de edificación debe permitir la fácil adaptación de los espacios a las necesidades del coffee shop, con especial atención a las normas de seguridad y sanidad.

- Edificaciones comerciales en primera planta o locales con acceso directo desde la calle. Edificios con techos altos y ventanales amplios para una buena iluminación natural.
- Seguridad y Resistencia: La estructura debe cumplir con las normas sísmicas y de seguridad exigidas por las leyes colombianas y las demás contenidas en el apartado legal.

Costos.

El costo de las instalaciones incluye alquiler, remodelaciones, servicios públicos, mantenimiento y seguros, entre otros. A continuación, se estiman los principales costos asociados:

- Alquiler: Dependiendo de la zona, el alquiler mensual puede variar entre \$5.000.000 y \$15.000.000 COP.
- Costos de Mantenimiento: Servicios de limpieza, reparaciones menores, mantenimiento de equipos, estimados en \$1.500.000 mensuales.
- Servicios Públicos: Agua, electricidad e internet, estimados en \$2.000.000 - \$4.000.000 COP mensuales.
- Seguros: Seguro de responsabilidad civil, seguro contra incendios y desastres naturales. Costos estimados: \$500.000 - \$1.000.000 COP mensuales.

Requerimientos De Servicios Públicos.

Para asegurar el correcto funcionamiento de Tinto, es importante garantizar la disponibilidad de los siguientes servicios:

- **Suministro de Agua Potable:** Es esencial para la preparación de café de alta calidad.
- **Suministro Eléctrico:** El local debe estar equipado con suficiente energía para operar máquinas de espresso, neveras, sistemas de iluminación y otros equipos esenciales.
- **Sistemas de Filtrado de Agua:** Para garantizar que el agua utilizada en la preparación del café sea de alta pureza.
- **Conexión a Internet:** Se requiere una conexión estable de alta velocidad para el sistema de punto de venta y para el uso de los clientes.

Infraestructura Tecnológica y de TIC Requerida por el Emprendimiento.

En un mundo digitalizado, la tecnología juega un papel esencial en el funcionamiento eficiente y la expansión de cualquier negocio. Para Tinto Coffee Shop, contar con una infraestructura tecnológica robusta y bien implementada no solo es fundamental para sus operaciones diarias, sino también para ampliar su alcance en el mercado a través de canales digitales. Este capítulo detalla las herramientas tecnológicas y de TIC necesarias para la gestión del negocio, la comercialización de sus productos y servicios, y las plataformas online que facilitarán la interacción con los clientes.

Página Web, Redes Sociales, Ventas Online Y Aplicación.

Para optimizar la presencia digital de Tinto Coffee Shop y facilitar la interacción con los clientes, es fundamental contar con una infraestructura sólida de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Esto incluye el desarrollo de una página web profesional, la integración de un sistema de ventas online, el manejo estratégico de redes sociales y, en fases posteriores, el lanzamiento de una aplicación móvil.

Página Web.

La página web de Tinto será la cara digital del negocio, ofreciendo información sobre el coffee shop, su menú, las experiencias educativas y los productos en bolsa para la venta. Además, la página debe incluir un sistema de e-commerce para facilitar las ventas online de café y otros productos. Tendremos en consideración las siguientes características:

- Diseño intuitivo y atractivo, alineado con la identidad de la marca.

- Sección de tienda en línea con opciones de compra de café en bolsa y productos complementarios.
- Blog o sección educativa sobre el café de especialidad.
- Sistema de reservas para experiencias en el coffee shop.

Redes Sociales.

Las redes sociales serán uno de los pilares del marketing digital de Tinto Coffee Shop. A través de plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, se promoverá la cultura del café, se crearán comunidades y se generarán interacciones con los clientes. Los objetivos de las redes sociales son:

- Promover el coffee shop, los productos y las experiencias educativas.
- Interactuar directamente con los clientes a través de publicaciones, encuestas y contenido en vivo.
- Crear campañas de marketing pagadas para impulsar ventas online y visitas al coffee shop.

Ventas Online.

La integración de un sistema de ventas online dentro de la página web permitirá a los clientes comprar café en bolsa y otros productos directamente desde sus hogares. Este sistema debe ser fácil de usar, seguro y ofrecer múltiples opciones de pago y tener las siguientes características:

- Plataforma de e-commerce integrada en la página web.
- Pasarela de pago segura (PSE, tarjetas de crédito, débito).
- Seguimiento de pedidos y sistema de entrega a domicilio.

Aplicación Móvil (futuro).

En fases posteriores, Tinto Coffee Shop podría desarrollar una aplicación móvil que ofrezca servicios personalizados a los clientes. La app facilitaría las reservas de experiencias, la compra de café en bolsa y el acceso a contenido exclusivo sobre el café.

Integración de Sistemas y Herramientas Tecnológicas.

Sistema De Punto De Venta.

El sistema POS no solo permitirá gestionar las ventas físicas en el coffee shop, sino que también se integrará con la plataforma online para llevar un control unificado de inventarios, ventas y clientes.

Gestión De Inventarios Y CRM.

Para gestionar de manera eficiente los productos y las interacciones con los clientes, Tinto utilizará software de gestión de inventarios y CRM (Customer Relationship Management).

Adquisición De Servidores Para Operaciones De Trading (En El Futuro).

Aunque en la fase inicial de las operaciones se centran principalmente en el coffee shop físico y las ventas online, se proyecta en el mediano a largo plazo la incorporación de una línea de trading de café. Para ello, será necesario contar con una infraestructura tecnológica que permita gestionar eficientemente estas operaciones. Esto incluirá la adquisición de servidores dedicados y servicios en la nube que faciliten el manejo de grandes volúmenes de datos y transacciones seguras.

- Servidores: para gestionar bases de datos de caficultores, clientes y compradores, además de operaciones financieras.

- Soluciones en la Nube: Servicios en la nube que ofrezcan flexibilidad y escalabilidad, permitiendo la expansión según las necesidades del trading.
- Seguridad: Implementación de protocolos de seguridad robustos para proteger la información confidencial y las transacciones comerciales.

Descripción De Los Requerimientos De Producción Y Distribución Del Emprendimiento.

Para garantizar el flujo continuo de productos y servicios en Tinto Coffee Shop, es crucial implementar un sistema eficiente de gestión de inventarios y una red confiable de proveedores. Estos elementos no solo permiten mantener la calidad y la disponibilidad de los insumos, sino que también ayudan a reducir costos, mejorar los tiempos de entrega y aumentar la satisfacción del cliente. En esta sección, se detallan los aspectos clave relacionados con la producción, distribución, gestión de inventarios y la relación con los proveedores, elementos fundamentales para el buen funcionamiento del emprendimiento.

Materias Primas Y Suministros.

- **Materias Primas:** Los granos de café son la materia prima más crítica y deben mantenerse frescos para garantizar la calidad en cada preparación. Además, otros insumos incluyen leche, endulzantes y productos complementarios como té y bebidas frías.
- **Suministros:** Incluyen empaques biodegradables, filtros de café, utensilios, servilletas, y productos de limpieza. El manejo adecuado de estos suministros es crucial para las operaciones diarias.
- **Productos Terminados:** Café en bolsa y otros productos de retail que están disponibles para la venta directa en el coffee shop o en la tienda online.

Criterios Para La Gestión De Inventarios

Establecimos unos criterios para la gestión de inventarios que nos permitan contar con el abastecimiento continuo para garantizar la eficiencia de la operación de Tinto, los cuales detallamos a continuación:

- **Promedio de Stock:** Se mantendrá un promedio de stock de café en grano que permita una rotación constante cada 1-2 semanas, asegurando siempre la frescura del producto.
- **Ciclos de Rotación:** El café debe tener un ciclo de rotación corto, ya que la frescura es clave para preservar la calidad. Se recomienda un ciclo de rotación máximo de 30 días para los granos tostados y 7 días para productos perecederos como leche y repostería.
- **Tasa de Rotación:** En promedio, se espera una tasa de rotación del 80-90% para los productos más críticos como el café, comparable al promedio del sector de bebidas premium.

- **Comparativo con el Sector:** El promedio de rotación de inventarios en la industria del café de especialidad suele estar entre 75% y 85%. Tinto Coffee Shop buscará optimizar sus inventarios para mantenerse dentro de este rango.

Para el control de inventarios se utilizará un software que se integre con el sistema de punto de venta (POS). Esto permitirá tener control en tiempo real de los productos disponibles, su rotación, y programar las reposiciones automáticas de los insumos más críticos. Para evitar sobre stock o desabastecimiento, los insumos se reabastecerán cada 1-2 semanas dependiendo del ciclo de rotación y de las previsiones de demanda.

Proveedores.

La relación con los proveedores es esencial para asegurar un suministro continuo y de alta calidad que necesita Tinto para operar. La elección de proveedores confiables, que ofrezcan productos consistentes y que cumplan con los valores de comercio justo y sostenibilidad, es crucial para mantener los estándares de calidad del negocio. Para esto establecimos cuatro criterios de selección.

Características Del Producto.

- **Calidad y Certificación:** Selección de proveedores que ofrezcan productos de alta calidad, preferiblemente certificados en comercio justo y sostenibilidad, alineándose con los valores de Tinto.
- **Confiabilidad y Puntualidad:** Evaluación de la capacidad de los proveedores para cumplir con los plazos de entrega y mantener un suministro constante, evitando interrupciones en la cadena de producción.

- Localización: Preferencia por proveedores locales o regionales que reduzcan los tiempos de entrega y minimicen la huella de carbono asociada al transporte de insumos.

Políticas De Crédito Y Entrega.

- Términos de Pago: Negociación de condiciones de crédito que favorezcan la liquidez del negocio, como pagos a 30, 60 o 90 días, según la confianza y el historial con cada proveedor.
- Frecuencia de Entregas: Coordinación de entregas regulares basadas en los ciclos de rotación de inventarios, asegurando que los insumos estén siempre disponibles sin exceso de stock.
- Flexibilidad y Adaptabilidad: Capacidad de los proveedores para adaptarse a cambios en la demanda o en los requisitos de productos, garantizando una respuesta ágil ante fluctuaciones del mercado.

Criticidad En El Producto.

- Clasificación de Proveedores: Identificación de proveedores críticos (aquellos cuyos insumos son esenciales y difíciles de reemplazar) y establecimiento de relaciones más estrechas con ellos, incluyendo acuerdos de exclusividad o contratos a largo plazo.
- Diversificación: Mantenimiento de una cartera diversificada de proveedores para mitigar riesgos asociados a posibles fallas de suministro o variaciones en la calidad.

Fluctuaciones de Costos.

- Estrategias de Mitigación: Implementación de contratos de precio fijo a largo plazo o acuerdos de revisión periódica para gestionar las variaciones en los costos de los insumos.
- Análisis de Costos: Monitoreo continuo de las tendencias de precios en el mercado y ajuste de los precios de venta si es necesario, asegurando la sostenibilidad financiera del negocio.

- Eficiencia en la Compra: Compra en volumen para aprovechar descuentos por cantidad y reducir el costo unitario de los insumos.

Estrategias de Financiación del Emprendimiento

Después de realizado el análisis y la proyección financiera, Tinto en la actualidad tiene un Valor Presente Neto de COP 1.843.433.158. Tinto considera una estructura de capital donde el 80% sea aportado por los socios y el restante 20% sea deuda comercial a un término de cinco años.

Tinto planea tres rondas de financiamiento con inversionistas de private equity como se describen a continuación:

- La ronda inicial en el año 0 por COP 460.000.000 por una participación del 5% de la compañía.
- Una segunda ronda en el año 3 para escalar el negocio a las cinco principales ciudades del país; Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, Barranquilla y un centro de experiencia diferencial en Armenia y/o alrededores donde se pueda exaltar la cultura cafetera, la segunda ronda por valor de COP 550.000.000.
- La última ronda por USD 200.000 para escalar internacionalmente con entrada en el mercado americano, primer punto Miami. Para más detalle, hacer uso del anexo 1.

Otras Alternativas de Financiación del Emprendimiento

Para Tinto es importante tener múltiples alternativas de financiamiento en orden de lograr diversificar el riesgo, mejorar las condiciones financieras, tener flexibilidad de financiación, aceleración de crecimiento, entre otras para lograr hacer frente a las diferentes oportunidades que

se puedan presentar en el mercado. Se destacan las que pueden aportar financiación crediticia y en especie, dentro de las cuales se destacan:

- Bancoldex, con su programa de Crédito de Innovación o Crédito para Microempresas.
- Innpulsa Colombia, como el banco de innovación del gobierno colombiano, que tiene como objetivo apoyar el emprendimiento y la innovación en el país. Innpulsa trabaja en alianza con otras entidades financieras y aceleradoras.
- Ángeles Inversionistas, Red de Ángeles Inversionistas de Colombia (RAIN), que buscan startups con potencial de crecimiento para invertir a cambio de un porcentaje de la empresa.
- Crowdfunding, en plataformas como GoFundMe, Kickstarter o Indiegogo son opciones dado el componente social e innovador del proyecto, con el propósito de atraer la atención de personas interesadas en financiar iniciativas con impacto positivo.
- Fondos de Venture Capital, existen fondos de inversión que se enfocan en financiar startups y proyectos innovadores en etapas tempranas.

Otro tipo de alternativas de apoyo que se consideran para Tinto en Bogotá:

- Bogotá Emprende, por medio de la Alcaldía de Bogotá se busca facilitar el acceso a herramientas y recursos para la creación de empresas, en lo que se incluye gestión empresarial, programas de financiamiento y asesoría legal.
- Cámara de Comercio de Bogotá, ofrece múltiples programas de apoyo, incluyendo capacitación, acceso a mercados, asesoría empresarial, y también cuenta con programas específicos de apoyo para pequeñas empresas y startups.

- Apps.co, a través del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), se puede acceder a formación, eventos de networking y algunas líneas de financiamiento.

Plan Financiero Del Emprendimiento.

Para consultar el plan financiero del emprendimiento diríjase al anexo 1

Análisis de Sensibilidades

Para Tinto es importante anticipar variables económicas o de entorno clave que puedan incidir en el desarrollo normal del proyecto, entre los cuales se encuentran:

- Precios de insumos: El costo del café en grano, el azúcar, la leche y otros insumos esenciales puede variar considerablemente dependiendo de la oferta y demanda global, así como de las condiciones locales de mercado.
- Costos de distribución: El costo del transporte los insumos desde los proveedores o almacenes pueden variar dependiendo de la inflación, los precios del combustible o las tarifas de los proveedores de transporte.

Así mismo, también para Tinto es importante contar con estrategias para mitigar el riesgo de estas variaciones en el desarrollo normal del proyecto

- Posicionamiento de la marca: Tinto se enfoca en ofrecer café de especialidad y servicios diferenciados que permiten tener más flexibilidad para ajustar los precios sin perder clientes, ya que los consumidores pueden estar dispuestos a pagar un precio más alto por una experiencia única.

- Precios segmentados: Ofrecer diferentes opciones de precios para diferentes productos lo que permite capturar diferentes segmentos del mercado y diversificar fuentes de ingresos.
- Programas de lealtad y fidelización: Implementar una estrategia de recompensas, como tarjetas de fidelidad donde los clientes reciben un café gratis después de un número determinado de compras.
- Descuentos por temporadas: Tinto puede ofrecer descuentos por temporadas en compras por determinado número de productos o precios especiales en horas de baja demanda para incentivar la compra fuera de los picos.
- Negociación con proveedores a largo plazo: Tinto busca establecer acuerdos con los diferentes proveedores para obtener precios fijos durante un período determinado. Asimismo, ampliar las opciones de proveedores para poder comparar precios y evitar depender de uno solo.
- Monitoreo constante de costos fijos y variables: En Tinto se espera un seguimiento constante de todos los costos para detectar aumentos inesperados.
- Automatización: Si el volumen de clientes de Tinto crece, se podría considerar la automatización de algunas tareas para reducir la dependencia del trabajo manual y aumentar la consistencia y eficiencia.

Estrategia Para El Relacionamiento Con Los Clientes Y Grupos De Interés.

El éxito de nuestro negocio depende en gran medida de la capacidad para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes y grupos de interés clave. Esta sección detalla la estrategia que permitirá a la empresa conectar de manera efectiva con los consumidores, proveedores, aliados comerciales y la comunidad en general. Al combinar tácticas de marketing, experiencias personalizadas y un enfoque en la fidelización, Tinto busca no solo atraer a nuevos clientes, sino también cultivar una comunidad comprometida y leal. Además, se explorarán las formas en que la marca interactuará con otros actores relevantes, como caficultores, proveedores y organismos reguladores, asegurando un crecimiento sostenible y un impacto positivo en el ecosistema del café.

Estrategia De Marca (Branding)

La denominación de marca de Tinto, es una representación visual de nuestra pasión por el café colombiano y la rica cultura que lo rodea. Es un isologo que captura la esencia misma de los paisajes colombianos al atardecer, con la presencia de las icónicas montañas colombianas, bañadas por los cálidos colores del atardecer. La tipografía elegida para el nombre “Tinto” es simple y moderna, reflejando nuestra innovación y compromiso con la excelencia en cada aspecto de nuestro negocio.

Isologo.



Eslogan.

El eslogan que acompaña a nuestra marca es "Donde cada taza cuenta una historia", lo que simboliza nuestra creencia en el poder del café para crear conexiones significativas y momentos memorables en la vida de las personas. Con esta identidad de marca, aspiramos a transmitir nuestra dedicación a ofrecer experiencias únicas y auténticas que celebren la rica tradición cafetera de Colombia y deleiten a nuestros clientes en cada visita a Tinto. Reconocemos que el café colombiano es mucho más que una bebida, es una parte integral de nuestra identidad cultural y una fuente de orgullo nacional. Nos comprometemos a honrar esta tradición al ofrecer el mejor café que se produce en nuestro País, como una forma de respetar y celebrar nuestra herencia cafetera.

Colores.

- Verde: Representa la exuberante vegetación de las montañas colombianas y la abundancia de la naturaleza.
- Rojo Intenso: Simboliza la pasión y la energía asociadas con el café de calidad premium.
- Amarillo Brillante: Evoca la calidez, la vitalidad y la hospitalidad que caracterizan a la experiencia de Tinto.

Elementos Gráficos.

- Montañas Verdes: estas montañas representan la riqueza natural y la belleza escénica de los paisajes montañosos de Colombia, así como la fuente de los cafetales colombianos.
- Puesta de Sol en Rojo: la montaña en rojo representa la pasión y la energía que se encuentran en cada taza de café servida por Tinto, así como la calidez y la hospitalidad asociadas con la cultura colombiana.

- Cielo Amarillo: el cielo en tono amarillo brillante, representa el cálido resplandor del sol al atardecer. Este color amarillo evoca alegría, vitalidad y optimismo, transmitiendo la sensación de un ambiente acogedor y relajante en Tinto.

Postura De Marca.

La postura de marca en Tinto se basa en la celebración de la rica tradición cafetera de Colombia y en nuestro compromiso con la excelencia en cada aspecto de nuestro negocio. En Tinto creamos experiencias que trascienden lo ordinario, llevando a nuestros clientes en un viaje sensorial que captura la esencia misma de la cultura del café colombiano. Nos enorgullece trabajar en estrecha colaboración con caficultores colombianos, seleccionando los mejores granos con pasión para ofrecer café colombiano de calidad premium. Valoramos la autenticidad, la sostenibilidad y la conexión emocional que el café crea entre las personas.

Nuestro objetivo es que los colombianos reconozcan que tenemos el mejor café y lo consuman, ya que a nivel internacional es ampliamente conocido y reconocido por su calidad. En resumen, en Tinto, cada taza cuenta una historia, y estamos aquí para ayudar a nuestros clientes a crear momentos memorables, sorbo a sorbo.

Personalidad De La Marca.

Tinto es una marca joven y llena de energía, impulsada por una pasión inquebrantable por el café colombiano y la aventura. Somos frescos, originales y divertidos, nos encanta mantenernos al tanto de las últimas tendencias y estamos constantemente buscando nuevas formas de sorprender y cautivar a nuestros clientes. Somos auténticos, relajados y siempre estamos listos para disfrutar de un buen momento.

Celebramos la grandeza de Colombia y nos sentimos orgullosos de nuestra herencia cultural y natural, amando y respetando cada rincón de nuestro país. Inspirados por la diversidad de Colombia, desde las majestuosas montañas hasta las exuberantes selvas y las costas tropicales, nos esforzamos por compartir esta pasión con nuestros clientes en cada taza de café que servimos. Somos viajeros aventureros y curiosos, siempre listos para explorar nuevos horizontes y descubrir los diversos territorios que producen el mejor café del mundo.

En Tinto, cada taza cuenta una historia, y estamos aquí para compartir esa historia con el mundo, celebrando la grandeza de nuestra gente y la belleza de nuestro país.

Territorio De Marca.

En Tinto, aspiramos a ocupar un lugar destacado en el mercado como el destino preferido para todos los amantes del café colombiano. Somos un espacio que ama y valora el café, nuestro objetivo es elevar su estatus a nivel nacional, inspirando un profundo sentido de orgullo y aprecio por nuestra herencia cafetera. En Tinto, no solo servimos café, nos comprometemos a educar y enriquecer a nuestros clientes, fomentando una verdadera apropiación cultura, queremos que cada taza sea una experiencia que no solo deleite los sentidos, sino que también celebre la grandeza de nuestro país y apoye a los caficultores.

Nuestra estrategia de competencia se centra en diferenciarnos de los lugares de café premium de especialidad al ofrecer no solo productos de calidad excepcional, sino también experiencias únicas y educativas que permitan a nuestros clientes profundizar su conexión con el café colombiano. Nos posicionamos como pioneros en este sentido, desafiando la norma de simplemente servir café para convertirnos en un destino donde se aprende y se aprecia el café en

todas sus formas. En Tinto, nos esforzamos por liderar el camino en la promoción del café colombiano como un producto digno de reconocimiento y admiración a nivel nacional.

Nos identificamos como una marca que quiere posicionar el café premium colombiano en Colombia, y estamos decididos a cambiar la categoría en nuestro país. En Tinto, nos consideramos merecedores del mejor café y creemos firmemente en la importancia de aprender y hablar con orgullo sobre nuestra rica tradición cafetera.

Manifiesto De Marca.

En Tinto, somos más que un coffee shop. Somos un espacio de encuentro, celebración y conexión con la rica tradición cafetera de Colombia. Nos consideramos una marca comprometida con la excelencia y la innovación en todo lo que hacemos, nos enorgullece representar lo mejor del café colombiano y compartir nuestra pasión por esta bebida con todos nuestros clientes.

Amamos el café colombiano en todas sus formas y variedades, así como amamos la diversidad de nuestro país, desde las montañas hasta las costas, y celebramos la grandeza de nuestra gente y de nuestros caficultores. Queremos compartir experiencias únicas y memorables con nuestros clientes, brindándoles no solo un delicioso café, sino también un viaje sensorial que despierta los sentidos y enriquece el alma.

Somos fieles a nuestra misión de promover y celebrar el café colombiano en un espacio acogedor y vibrante, donde todos son bienvenidos a disfrutar de una excelente taza llena de momentos inolvidables. Siempre seremos apasionados por la calidad, la autenticidad y la sostenibilidad en todo lo que hacemos. No nos conformaremos con lo ordinario, nunca seremos una marca que sacrifique la calidad por la conveniencia.

Queremos ser reconocidos como el destino preferido para todos los amantes del café colombiano y un símbolo de orgullo, además de un ejemplo de cómo la pasión puede transformar una industria. Queremos ser líderes en la promoción del café colombiano a nivel nacional, inspirando a otros a valorar y apreciar lo que tenemos en casa.

Visión De Marca.

En Tinto, nuestra visión es convertirnos en un coffee shop referente del café premium, queremos ser líderes en la promoción de la cultura cafetera de Colombia, inspirando un profundo sentido de orgullo y aprecio entre todos los colombianos. Además, aspiramos a ser pioneros en la creación de experiencias únicas y memorables que complementen la excelencia de nuestro café, convirtiendo cada visita a Tinto en un viaje sensorial y educativo.

Nuestra visión es trascender las fronteras y enriquecer la experiencia del café colombiano, elevando aún más su estatus como un símbolo de nuestra identidad nacional y como parte esencial de la cultura mundial del café.

Gestión De Las Comunicaciones Y Las Relaciones Públicas Del Emprendimiento.

La gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas es clave para construir y mantener la imagen de Tinto Coffee Shop en el mercado. En un sector donde la diferenciación y el posicionamiento son esenciales, es fundamental diseñar una estrategia de comunicación integral que abarque tanto medios digitales como tradicionales, permitiendo a la marca conectar de manera efectiva con su audiencia. Este capítulo aborda los elementos fundamentales de la comunicación de Tinto, desde el diseño de la página web y las redes sociales hasta las alianzas estratégicas y la

participación en ferias comerciales. Además, se exploran las tácticas de generación de WOM (word of mouth) para fortalecer la reputación de la marca a través de la recomendación orgánica de los clientes.

Diseño De Página Web.

La página web será la carta de presentación digital de Tinto Coffee Shop, no solo como una plataforma informativa sino también como un canal de ventas y reserva de experiencias. Debe ser intuitiva, fácil de navegar y atractiva visualmente, con un enfoque en la educación del cliente sobre el café de especialidad y la cultura colombiana. Se deben considerar elementos clave como:

- **Diseño Responsive:** Asegurando una buena experiencia en dispositivos móviles.
- **Blog Educativo:** Que permita compartir contenido sobre café de especialidad, métodos de preparación y el impacto positivo en las comunidades cafeteras.
- **Sistema de Reservas:** Para experiencias y talleres de café.

Redes Sociales.

Las redes sociales serán una herramienta esencial para generar visibilidad, fomentar la interacción con los clientes y construir una comunidad en torno a la cultura del café. Las plataformas principales incluirán Instagram, Facebook y TikTok, cada una con un enfoque específico de contenido.

- **Instagram:** Publicaciones sobre el día a día en el coffee shop, las historias detrás de los caficultores y las experiencias de los clientes.
- **Facebook:** Promoción de eventos y experiencias, contenido educativo sobre el café, y anuncios de promociones.

- TikTok: Videos cortos y dinámicos sobre la preparación del café, tours del coffee shop, y catas de café.

Diseño De Mensajes.

La forma en que Tinto se comunica con sus clientes debe reflejar los valores de la marca: autenticidad, calidad, sostenibilidad y conexión con las raíces del café colombiano. Los mensajes deben ser claros, emocionales y educativos, resaltando el compromiso con los caficultores y la experiencia única que Tinto ofrece. Algunos ejemplos de mensajes a comunicar:

- "En cada taza de Tinto hay una historia que contar."
- "Apoyamos a los caficultores colombianos, una taza a la vez."
- "Tinto: Café de especialidad, cultura y comunidad."

Canales De Difusión.

Redes sociales, página web, campañas de correo electrónico y contenido visual en el coffee shop.

Aliados A Conectar

Tinto se beneficiará de alianzas estratégicas que potencien su visibilidad y contribuyan a su crecimiento. Estas alianzas pueden incluir desde proveedores hasta influencers y figuras clave en la industria del café.

- Proveedores de Café: Estrechar relaciones con caficultores y cooperativas locales que compartan los valores de sostenibilidad y comercio justo.
- Influencers de Café: Colaboración con bloggers y influencers del café que puedan compartir la experiencia de Tinto con sus seguidores.

- Comunidad Local: Asociaciones con eventos locales, librerías y otros negocios complementarios para organizar eventos en conjunto.

Ferias Comerciales.

La participación en ferias y eventos comerciales es una excelente oportunidad para aumentar la visibilidad de la marca y establecer relaciones comerciales. Las ferias especializadas en café o gastronomía son el espacio perfecto para mostrar la propuesta de valor de Tinto y conectar con nuevos clientes y aliados.

WOM (Word Of Mouth).

La voz a voz es una de las estrategias más efectivas para generar credibilidad y atraer nuevos clientes. La experiencia única y la calidad del producto deben ser los principales catalizadores de recomendaciones orgánicas. Las tácticas que tenemos para impulsar el wow son las siguientes:

- Incentivar a los clientes a compartir sus experiencias en redes sociales mediante programas de fidelización y recompensas.
- Crear experiencias memorables que motiven a los clientes a hablar positivamente de Tinto.
- Involucrar a microinfluencers locales que amplifiquen el mensaje de la marca.
- Con esta gestión de comunicaciones y relaciones públicas, Tinto Coffee Shop busca posicionarse como un referente en la industria del café, creando una conexión genuina con sus clientes y grupos de interés, mientras promueve una identidad visual sólida y atractiva.

Proceso De Ventas Y Servicios.

El proceso de ventas es una parte esencial para ofrecer una experiencia integral a los clientes. Desde el primer contacto con la marca hasta la compra final, cada etapa del proceso está diseñada para garantizar una experiencia fluida, educativa y personalizada. Este capítulo detalla cómo se realiza el proceso de ventas en el espacio físico y en las plataformas digitales, y explora las estrategias de publicidad que impulsan el crecimiento de la marca y atraen a nuevos clientes.

El proceso de ventas en Tinto Coffee Shop se organiza en dos canales principales: ventas en el punto físico (el coffee shop) y ventas online (a través de la página web y las redes sociales). A continuación, se describe el flujo de ventas en ambos canales.

Ventas En El Coffee Shop.

- **Recepción del Cliente:** El cliente es recibido por el equipo de servicio, que le proporciona una breve introducción sobre las opciones de café, métodos de preparación y la experiencia educativa que se puede vivir en el establecimiento.
- **Recomendaciones Personalizadas:** Los baristas y el personal de servicio se encargan de recomendar productos según las preferencias del cliente.
- **Proceso de Compra:** El cliente realiza su pedido en el mostrador y puede disfrutar de su café en el local o pedirlo para llevar. Si el cliente adquiere café en bolsa, se le ofrece información sobre cómo preparar el café en casa.
- **Programa de Fidelización:** Se incentiva la compra recurrente a través de un sistema de recompensas que otorga puntos por cada compra, canjeables por productos o descuentos en futuras visitas.

Ventas Online.

Navegación en la Página Web: El cliente accede a la página web de Tinto Coffee Shop, donde puede explorar las diferentes variedades de café en bolsa, experiencias educativas y productos complementarios.

Carrito de Compras y Pago: Los clientes agregan productos a su carrito de compras y finalizan el pedido utilizando una plataforma de pago segura que acepta múltiples formas de pago (tarjetas de crédito, débito, PSE).

Envío A Domicilio.

Tinto ofrece entregas a nivel nacional, lo que permite que los clientes reciban su café en la puerta de su casa. Los pedidos online incluyen recomendaciones sobre métodos de preparación y detalles sobre el origen del café.

Estrategias De Publicidad.

Para generar tráfico tanto en el coffee shop como en las plataformas digitales, Tinto Coffee Shop implementa una serie de estrategias de publicidad dirigidas a diferentes segmentos del mercado. Estas estrategias están diseñadas para atraer a nuevos clientes, retener a los actuales y construir una comunidad leal en torno a la marca.

Publicidad Digital.

- Anuncios en Redes Sociales. Se utilizan campañas pagadas en Instagram, Facebook y Google Ads para aumentar la visibilidad de la marca, promocionar ofertas especiales, y destacar el café de especialidad y las experiencias educativas. Estas campañas están segmentadas según intereses, comportamientos y ubicación geográfica para maximizar el retorno de inversión (ROI).
- Publicidad en Google Search: Tinto Coffee Shop realiza campañas de búsqueda pagadas (SEM) en Google para captar clientes que buscan café de especialidad o experiencias gastronómicas. La publicidad en motores de búsqueda asegura que Tinto sea visible para aquellos clientes que están activamente buscando productos relacionados con el café.

Estrategias De Contenido.

- Marketing de Contenidos: A través del blog de la página web y las publicaciones en redes sociales, Tinto educa a sus clientes sobre el café de especialidad, la historia de los caficultores colombianos y los beneficios del comercio justo. Este contenido genera valor para la audiencia y refuerza el compromiso de Tinto con la sostenibilidad y la calidad. El marketing no solo busca satisfacer las necesidades del consumidor, sino también construir relaciones duraderas que favorezcan el crecimiento y la lealtad a largo plazo (Roberto, 2004).
- Influencers y Microinfluencers: Colaborar con influencers del sector gastronómico y del café es una estrategia clave para dar visibilidad a Tinto. Estas colaboraciones se enfocan en compartir la experiencia única que ofrece Tinto, desde la preparación del café hasta las historias detrás de cada taza.

Publicidad Local.

- **Eventos y Activaciones:** Tinto participará en eventos locales y realizará activaciones en el coffee shop para promocionar productos y crear una experiencia memorable para los clientes. Estos eventos pueden incluir catas de café, talleres de barismo y sesiones educativas.
- **Publicidad en Medios Locales:** Para fortalecer la presencia en la comunidad, Tinto utiliza espacios publicitarios en medios locales, como revistas gastronómicas y periódicos, destacando la propuesta de valor y los productos de la marca. La publicidad efectiva debe construir una conexión emocional que cautive a la audiencia y genere fidelidad (Cañas, 2023).

Estrategia De Email Marketing.

A través de campañas de correo electrónico, Tinto mantendrá una comunicación constante con su base de clientes, enviando promociones, noticias sobre nuevos productos y eventos, y contenido educativo. La personalización de los correos según el historial de compras del cliente ayuda a aumentar la fidelización y las ventas recurrentes. El marketing no solo se trata de vender productos, sino de crear conexiones auténticas con las personas que realmente necesitan lo que ofrecemos (Godin, 2019)

Plan De Mercadeo.

Investigación De Mercado.

La investigación de mercados es un componente esencial para el desarrollo exitoso de Tinto Coffee Shop, ya que permite entender mejor las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores, así como identificar oportunidades y desafíos en el entorno competitivo. A través de un análisis detallado del mercado, Tinto podrá definir con mayor precisión su público

objetivo, evaluar la demanda de sus productos y servicios, y adaptar su oferta a las expectativas del consumidor. Además, este estudio proporciona información clave sobre la competencia, las tendencias del sector y los factores que influyen las decisiones de compra, permitiendo una toma de decisiones informada y estratégica para el crecimiento del negocio. La innovación constante es fundamental para superar la competencia en mercados dinámicos (Porter, 2015).

Definición Del Problema.

El café colombiano de especialidad, reconocido internacionalmente por su calidad excepcional, se enfrenta a un desafío dentro de su propio país. A pesar de ser un producto emblemático de Colombia, la mayoría de este café de alta calidad se exporta, y los propios colombianos a menudo no lo consumen ni conocen en profundidad. Esta falta de aprecio y conocimiento sobre el café de especialidad representa una oportunidad perdida tanto para los consumidores como para la industria cafetera nacional.

Contexto.

Colombia es uno de los principales productores de café del mundo, conocido por sus exquisitos granos de café arábica cultivados en las fértiles tierras de las regiones cafeteras. Sin embargo, a pesar de la reputación internacional de calidad del café colombiano, muchos colombianos desconocen los diferentes tipos de café, los métodos de producción y las características que hacen que el café de especialidad sea tan único y valioso en el mercado mundial.

Solución.

Es fundamental que los colombianos aprendan sobre el café de especialidad y aprecien la riqueza y diversidad de los sabores que ofrece. Una forma efectiva de abordar este problema es a

través de experiencias multisensoriales de aprendizaje cortas, donde los consumidores puedan participar en actividades interactivas y educativas que les permitan conocer el proceso completo, desde la cosecha hasta la taza.

Objetivos De La Investigación De Mercados.

- Caracterizar el perfil demográfico, socioeconómico y psicográfico de los consumidores potenciales de experiencias multisensoriales de café de especialidad.
- Identificar los hábitos de consumo de café, en términos de preferencias de compra, canales de adquisición y consumo, así como la frecuencia y los factores que influyen en la decisión de compra.
- Conocer las preferencias del consumidor respecto a las experiencias de consumo de café colombiano de especialidad, en las cuales se resaltan sus propiedades a través de experiencias de aprendizaje tecnológico, sensorial y de realidad virtual.

Metodología.

Vamos a realizar una investigación descriptiva, con el objetivo de reunir la información de forma directa del mercado.

Población

Personas entre 25 y 50 años ubicadas en la ciudad de Bogotá, que tienen un interés genuino por el café y que lo consumen regularmente como parte de su rutina diaria o como una experiencia ocasional, adicionalmente que disfruten de experiencias gastronómicas, culturales y sociales. Dado que "Tinto" es un establecimiento premium, nos enfocaremos en personas con ingresos medios-altos que estén dispuestas a pagar por una experiencia de calidad.

Encuesta.

Aplicaremos el cuestionario a 100 personas.

Instrumento Cuestionario.

1. ¿Consume café? Si/No.
2. ¿Qué es lo que más te gusta del café?
3. ¿Qué atributos valora del café?
 - a) Imagen.
 - b) Textura.
 - c) Sabor.
 - d) Aroma.
4. ¿En qué horario del día lo consume?
 - a) Mañana.
 - b) Tarde.
 - c) Noche.
5. ¿De ese horario en qué momento lo consume?
 - a) Desayuno.
 - b) Después de almuerzo.
 - c) En encuentros sociales.
6. ¿Con que frecuencia consume café en el día?
 - a) 1.
 - b) 2.

- c) 3.
 - d) 4.
 - e) ¿Mas de 4? ¿Cuantos?
7. ¿En qué lugar lo consume regularmente?
- a) Casa.
 - b) Trabajo/oficina.
 - c) Universidad.
 - d) Lugares masivos (Juan Valdez, Oma, Starbucks entre otros...).
 - e) Lugares especializados (Variatale, Café San Alberto, Azahar Café entre otros...).
8. ¿Cuál es su preferencia de preparación?
- a) Café negro (tinto).
 - b) Espresso.
 - c) Cappuccino.
 - d) Mocca.
 - e) Latte.
 - f) Café Frio.
9. ¿En qué presentación lo compra o consume?
- a) Café en grano o molido.
 - b) Café soluble.
 - c) Pods.
 - d) Café preparado.

e) Derivados: dulces, postres, snacks etc...

10. ¿Cuánto paga por el café que consume actualmente?

11. ¿Con quién va a tomar café?

a) Solo.

b) Amigos.

c) Pareja.

d) Compañeros de trabajo.

e) Familia.

Resultados De La Encuesta.

El café en Colombia va más allá de ser una simple bebida, se ha convertido en parte esencial de la vida cotidiana. Al profundizar en las ocasiones de consumo, hemos obtenido información relevante que nos brinda la oportunidad de posicionar a Tinto en el mercado. A continuación, presentamos los hallazgos más relevantes:

- El 89% de las personas encuestadas consumen café, siendo las mujeres las más representativas con un 54%.
- La edad predominante es de 21 a 30 años representando un 58%, seguido por las personas entre 31 a 45 con un 35% respectivamente.
- La mayoría de los encuestados valora el sabor, aroma y textura como los atributos principales en la selección de su café.

- Aunque el desayuno es considerado el momento principal para tomar una taza de café con un 26% en la mayoría de los encuestados, se encontró una afición creciente por esta bebida en encuentros sociales.
- De acuerdo al estudio realizado el 67% de los encuestados que disfrutan del café, manifestaron consumir entre 2 a 3 veces por día y un 25% de 3 a 4 tazas.
- El 28% de las ocasiones de consumo ocurren en la casa y la oficina.
- Respecto a preparación favorita al momento de consumir café, el 63 % de los encuestados indicó que lo prefieren negro (tinto), mientras que el restante eligió bebidas con mezcla de leche, como cappuccino o latte.
- En cuanto a las preferencias de compra, se observó que el 70% lo adquieren en grano o molido y el restante en presentaciones como pods o café soluble.

Basándonos en los resultados de la encuesta, se puede concluir que existe una demanda sólida y variada de café en Bogotá, especialmente entre el segmento demográfico de mujeres de 21 a 30 años. Esta demanda se caracteriza por una apreciación por el sabor, aroma y textura del café, con una tendencia creciente hacia el consumo en encuentros sociales, así como la preferencia predominante por el café negro, lo cual representa una clara oportunidad para Tinto como un coffee shop premium que ofrece una experiencia única y educativa.

Es importante resaltar la preferencia por adquirir café en grano o molido, lo cual sugiere un mercado receptivo a este tipo de ofertas de productos de alta calidad, que representa una oportunidad de negocio, que se debe incorporar dentro del portafolio de productos de Tinto. En resumen, los datos respaldan la viabilidad del proyecto, destacando la necesidad de una estrategia

centrada en la calidad del café, la experiencia del cliente y la diferenciación en un mercado competitivo.

Barreras De Entrada.

Para un coffee shop premium como "Tinto" en Bogotá, hay algunas barreras que podrían dificultar la entrada y consolidación de nuestro servicio, dentro de las cuales identificamos las siguientes:

- **Requisitos de conocimiento y experiencia:** La industria del café requiere un conocimiento profundo de los granos, los métodos de preparación, la cultura cafetera y las tendencias del mercado. Esto puede ser una barrera para los que no tienen experiencia en el sector.
- **Inversión inicial:** Abrir un coffee shop premium requiere una inversión considerable en equipos de alta calidad, decoración, personal capacitado y marketing. Esta inversión inicial puede ser un factor definitivo para nuestro emprendimiento.
- **Acceso a materias primas de calidad:** La obtención de granos de café de alta calidad de origen colombiano, puede ser un desafío y requerir conexiones sólidas en la industria del café.
- **Ubicación:** Encontrar una ubicación estratégica en un área con alta afluencia de clientes potenciales y poco saturada por la competencia puede ser difícil y costosa.
- **Construcción de marca y reputación:** Establecer una marca sólida y una reputación en el mercado puede llevar tiempo y recursos. Existe el desafío de competir con marcas establecidas como Juan Valdez Café, Oma y Starbucks que a pesar de no ser opciones premium son masivas.

- Regulaciones y permisos: Obtener los permisos y licencias necesarios para operar un establecimiento de alimentos y bebidas en Bogotá puede ser un proceso complicado y costoso.
- Diferenciación y propuesta de valor: La diferenciación en un mercado saturado de coffee shops puede ser difícil. Necesitamos desarrollar una propuesta de valor única y atractiva para destacar entre la competencia.
- Gestión de la cadena de suministro: Mantener una cadena de suministro eficiente y confiable para asegurar la disponibilidad constante de productos frescos y de alta calidad puede ser un desafío.

Amenazas Y Oportunidades

A medida que Tinto Coffee Shop supera las barreras iniciales de entrada al mercado, es crucial considerar tanto las amenazas potenciales como las oportunidades futuras que podrían impactar el desarrollo del negocio. Aunque el emprendimiento ya ha enfrentado desafíos como la creación de una base de clientes y la consolidación de su modelo de negocio, todavía existen factores externos que deben gestionarse para asegurar el crecimiento a largo plazo. A continuación, detallamos las posible amenazas y oportunidades.

Amenazas.

- Cambios en Regulaciones: Una de las principales amenazas es la posible implementación de cambios en las regulaciones gubernamentales que afecten a la producción y comercialización del café. En particular, las reformas agrarias o cambios en las políticas agrícolas podrían alterar el acceso a materias primas, impactando los precios del café y la relación con los caficultores.

- **Aumento de los Costos Operativos:** Fluctuaciones en los costos de los insumos, como el café, los productos de panadería y otros suministros, pueden afectar los márgenes de beneficio. Además, los incrementos en tarifas de servicios públicos o alquileres en zonas de alto tráfico también representan una amenaza para la sostenibilidad financiera del negocio.
- **Competencia Creciente:** El sector del café de especialidad está en constante crecimiento, lo que significa que más competidores, tanto locales como internacionales, podrían entrar en el mercado con propuestas similares. Esto podría llevar a una mayor competencia en precios y calidad, desafiando la capacidad de Tinto para mantener su diferenciación.
- **Factores Macroeconómicos:** La volatilidad económica en Colombia y en los mercados internacionales podría impactar el poder adquisitivo de los clientes y la capacidad de los caficultores para mantener precios competitivos. Devaluaciones de la moneda o crisis económicas pueden tener un efecto directo en el flujo de ingresos y la operación del negocio.

Oportunidades.

- **Expansión del Mercado de Café de Especialidad:** El creciente interés en el café de especialidad tanto a nivel nacional como internacional representa una oportunidad significativa para Tinto. El enfoque en la calidad, la educación del consumidor y el comercio justo puede posicionar a la marca como un referente en este nicho en expansión.
- **Innovaciones Tecnológicas:** La implementación de herramientas tecnológicas y digitales, como la venta en línea, la expansión a través de una app o la automatización de ciertos procesos de producción, puede mejorar la eficiencia operativa y abrir nuevas fuentes de ingresos.

Además, el marketing digital permite llegar a un público más amplio sin las limitaciones geográficas de una tienda física.

- **Apertura de Nuevos Canales de Distribución:** A medida que Tinto fortalezca su presencia en el mercado, la oportunidad de colaborar con minoristas y otros actores del sector gastronómico puede ampliar su red de distribución, permitiendo que el café de especialidad de Tinto llegue a nuevos segmentos de clientes.
- **Fomento del Turismo y Experiencias Gastronómicas:** La creciente demanda de experiencias gastronómicas y el turismo en torno al café en Colombia es una oportunidad que Tinto puede aprovechar. Las experiencias multisensoriales, catas de café y tours sobre la cultura cafetera pueden atraer a turistas nacionales e internacionales, expandiendo el negocio más allá de las ventas tradicionales.

Competencia Directa.

La competencia identificada en el mismo sector, son principalmente los cafés tradicionales y los nuevos emergentes en los que se vende café premium o de especialidad entre los cuales encontramos:

Café San Alberto.

Es el resultado de una familia cafetera de tradición, que ha emprendido la ambiciosa misión de ofrecer un café de lujo. Además de la oferta de su propio grano hoy en día cuenta con una amplia gama de productos y experiencias en sus 3 sedes en Bogotá, 1 en Cartagena y la terraza San Alberto en Quindío. Ofrecen suscripciones, catas especializadas, kits de café, métodos de preparación y souvenirs.

- Los precios oscilan entre los \$20.000 - \$30.000 para café filtrado y de producto final (café empacado) en presentación de 340gm entre \$51.000 - \$73.000.
- Los precios en experiencias son los siguientes: Catación molecular: \$260.000, bautizo cafetero: \$160.000 y bautizo cafetero con maridaje de mieles: \$185.000.

Fortalezas.

- Tradición familiar en la producción de café.
- Ofrece una amplia gama de productos y experiencias.
- Presencia en múltiples ubicaciones en Bogotá y otras ciudades importantes.
- Variedad de opciones para los clientes, como suscripciones, catas especializadas y kits de café.
- Ofrece experiencias únicas, como catación molecular y bautizo cafetero con maridaje.

Debilidades.

- Precios relativamente altos en comparación con otras opciones en el mercado.
- La exclusividad de ciertas experiencias puede limitar el acceso a un segmento específico de clientes.
- No tiene un posicionamiento alto en Bogotá.

Varietale.

Es un lugar especializado en cafés y tés, se denominan “La casa del buen café”. Son tostadores y sirven una selección de granos de café especiales de diferentes regiones de Colombia. Dentro de su oferta se encuentran cafés exóticos, ediciones limitadas y especiales las cuales complementan con una oferta de Pastelería.

Cuenta con 6 tiendas en Bogotá, 1 en Medellín y presencia en Universidades en la Capital (Rosario, Nacional y Andes).

Los precios oscilan entre los \$18.000 - \$25.000 para cafés especiales servidos en el lugar en los diferentes métodos de filtrado y de producto final (café empacado) en presentación de 300gm entre \$35.000 - \$65.000.

Fortalezas.

- Especialización en cafés y tés de alta calidad.
- Amplia selección de granos de café especiales de diferentes regiones de Colombia.
- Presencia en varias ubicaciones estratégicas, incluidas universidades.
- Ofrece cafés exóticos, ediciones limitadas y especiales, así como una variedad de opciones de pastelería.

Debilidades.

- Precios comparativamente altos en el rango medio del mercado.
- La competencia en el mercado universitario puede limitar el crecimiento fuera de ese segmento.

Azahar Coffe.

Es un lugar de café especial de diferentes regiones de Colombia. Compran directamente a los caficultores, se encargan de la tostión y ofrecen el producto en su carta. Hoy en día también exportan café verde. Cuentan con dos tiendas en Bogotá y una en Armenia.

Los precios oscilan entre los \$19.000 - \$25.000 para cafés especiales servidos en el lugar en los diferentes métodos de filtrado y de producto final (café empacado) en presentación de 340gm entre \$30.000 - \$40.000, 500gm entre \$40.000 - \$50.000 y 1 kilo entre \$79.000 - \$90.000.

Adicionalmente ofrecen suscripciones de café, kits de métodos de filtrado y merchandising.

Fortalezas.

- Compra directa a caficultores y tostión propia para garantizar la calidad.
- Ofrece una variedad de cafés especiales de diferentes regiones de Colombia.
- Presencia en varias ubicaciones en Bogotá y Armenia.
- Ofrece suscripciones de café, kits de métodos de filtrado y merchandising.

Debilidades.

- Precios ligeramente más altos en comparación con competidores directos.
- La presencia limitada fuera de Bogotá y Armenia puede dificultar el alcance a otros mercados potenciales.

Pergamino Café.

Si bien este competidor no se encuentra en Bogotá, decidimos incluirlo porque comparte valores similares a Tinto en lo que tiene que ver con la apropiación cultural. Es un lugar de café especial en Medellín, compran directamente a caficultores del eje y se encargan de la tostión, además ofrecen el producto empacado en su carta. Tiene seis sedes, de las cuales dos se encuentran el aeropuerto.

Los precios en su carta oscilan entre los \$10.000 - \$20.000 para cafés especiales servidos en el lugar en los diferentes métodos de filtrado y de producto final (café empacado) en presentación de 360gm entre \$30.000 - \$405000.

Adicionalmente ofrecen suscripciones de café, kits de métodos de filtrado y merchandising. Importante destacar que hacen capsulas de video donde dan tips educativos sobre el consumo del café y barismo en casa.

Fortalezas:

Directo de Caficultores: Pergamino Café destaca por su compromiso con la calidad al comprar directamente a caficultores del eje cafetero.

- Tostión Propia: La capacidad de tostar sus propios granos les otorga un control adicional sobre el proceso de producción, permitiéndoles ajustar el perfil de sabor para satisfacer las preferencias de sus clientes.
- Variedad de Métodos de Filtrado: Ofrecen una amplia gama de métodos de filtrado para sus cafés especiales, lo que brinda a los clientes una experiencia diversa y personalizada.
- Presencia en el Aeropuerto: Con dos sedes ubicadas en el aeropuerto, Pergamino Café aprovecha la alta afluencia de viajeros para llegar a un público más amplio y diverso.
- Diversificación de Productos: Además del café, ofrecen suscripciones, kits de métodos de filtrado y merchandising, lo que les permite generar ingresos adicionales y fortalecer su marca.

Debilidades.

- Limitación Geográfica: Al estar ubicado exclusivamente en Medellín, Pergamino Café limita su alcance geográfico y puede perder oportunidades de mercado en otras ciudades o regiones.

- **Competencia en el Mercado Local:** En un mercado altamente competitivo como Medellín, Pergamino Café enfrenta la competencia de otros establecimientos de café especializados, lo que podría dificultar la retención y captación de clientes.
- **Dependencia del Consumo en el Lugar:** Aunque ofrecen productos empacados, su enfoque principal está en el consumo en el lugar, lo que podría limitar su capacidad para adaptarse a las tendencias de consumo fuera del local, como la demanda de café para llevar o la venta en línea.
- **Limitación en el Alcance de la Educación:** Aunque ofrecen capsulas de video con tips educativas sobre el consumo del café y barismo en casa, la efectividad de esta estrategia puede ser limitada debido a su alcance restringido a los clientes existentes.

Sustitutos.

Dentro de los sustitutos que identificamos para Tinto están las siguientes alternativas.

- **Tiendas de té:** Aunque no ofrecen café, pueden competir en términos de ambiente relajante y experiencia de cliente. Ejemplos podrían ser El Club del Té, Té Canela y Té Paraíso.
- **Cafés temáticos o experienciales:** Lugares que ofrecen una experiencia temática relacionada con el café, como cafés que se enfocan en el arte latte, cafés de autor, o aquellos que ofrecen catas de café guiadas por expertos.
- **Tiendas de chocolates y postres:** Establecimientos que ofrecen una amplia variedad de chocolates, postres y productos dulces pueden atraer a clientes que buscan complementar su experiencia de café con algo dulce. Ejemplos incluyen Cacao Hunters y Xoco.

- Bares de jugos y smoothies: Aunque no son competidores directos, son lugares que ofrecen bebidas saludables y opciones de desayuno, pueden atraer a parte de nuestra audiencia.
- Panaderías y máquinas de café, sitios de desayunos (empresas).

Precios.

El precio es uno de los factores más cruciales en la estrategia de rentabilidad de una empresa, ya que un precio adecuado puede determinar la competitividad y la sostenibilidad financiera a largo plazo (Abad, 2012). La estrategia de precios es un componente clave para alcanzar el posicionamiento de Tinto como marca y el de sus productos. El precio, más allá de su valor monetario, comunica señales claras sobre la calidad percibida, el valor ofrecido, y el segmento de mercado objetivo al que Tinto desea llegar. Los precios se han establecido cuidadosamente tomando en cuenta los costos de producción y un margen que no solo garantiza la rentabilidad sostenida, sino que también permite transferir el valor adecuado a los inversionistas interesados en participar en el crecimiento de Tinto. Este enfoque asegura que el negocio no solo se mantenga rentable a largo plazo, sino que también continúe brindando experiencias de alta calidad a sus clientes.

Cada uno de los productos y experiencias ofrecidos en Tinto se destaca por su meticulosa preparación y el uso de los mejores insumos disponibles, lo que refuerza la promesa de calidad superior. Los precios de Tinto se sitúan dentro del rango del segmento premium de café en Bogotá, lo que genera una asociación directa con productos de alta calidad, exclusividad y lujo.

Para los consumidores, esto se traduce en la percepción de que están adquiriendo algo más que café: están invirtiendo en una experiencia superior en términos de calidad, distinción y

prestigio. La estrategia de precios refleja esta propuesta de valor, justificando un margen considerable sobre los costos, tal como se detalla en el anexo 1, asegurando al mismo tiempo una sólida rentabilidad para la marca.

Canales de Distribución.

La estrategia de distribución de Tinto Coffee Shop se basa en una combinación de métodos directos e indirectos que permiten maximizar la llegada de sus productos a diferentes segmentos del mercado. Al diversificar los canales de distribución, Tinto puede no solo ampliar su base de clientes, sino también adaptarse a las diferentes necesidades y preferencias de consumo.

Métodos De Distribución

- **Minorista (Retail):** Tinto Coffee Shop se posiciona como un punto de venta principal para los consumidores que desean experimentar el café de especialidad directamente en el coffee shop. El espacio físico también funciona como un lugar para la venta de café en bolsa y otros productos relacionados.
- **Ventas en el Coffee Shop:** Los clientes pueden comprar café en bolsa, productos complementarios y disfrutar de una experiencia educativa que añade valor a la venta del producto.
- **Ventas Directas:** A través de un enfoque personalizado, Tinto se conecta directamente con los clientes en el coffee shop, lo que permite crear una relación más cercana y fidelizar a los consumidores. La venta directa se realiza en el punto físico y a través de eventos y activaciones especiales.

- Comercio Electrónico: A través de la tienda en línea, los clientes pueden acceder a una variedad de productos de café de especialidad. El comercio electrónico es una pieza clave en la estrategia de expansión de Tinto, permitiendo a la marca llegar a clientes en todo el país.
- Plataforma de E-commerce: Los usuarios pueden realizar compras de café en bolsa y productos complementarios desde cualquier lugar, con la opción de recibir el producto en la comodidad de su hogar.
- Suscripciones de Café: Tinto ofrece un servicio de suscripción mensual para aquellos clientes que deseen recibir café de alta calidad de manera recurrente.

Fuerza De Ventas Interna.

Tinto cuenta con un equipo de ventas interno dedicado a gestionar la relación con los clientes y a promover las ventas tanto en el coffee shop como a través de la tienda en línea. Este equipo se encarga de ofrecer atención personalizada y generar ventas recurrentes.

Plataformas De Entrega.

Asociaciones con aplicaciones de delivery también permiten que el café de Tinto esté disponible para aquellos que prefieren recibir su pedido en casa, ampliando así el alcance del negocio.

Relaciones Con Distribuidores Clave (Retail).

Las relaciones con distribuidores clave es crucial para la expansión de Tinto Coffee Shop en el sector retail. Estos distribuidores pueden ayudar a posicionar el café de especialidad en puntos de venta más allá del coffee shop.

- Minoristas de Alimentos Gourmet: La estrategia a largo plazo incluye la colocación de café en bolsa en tiendas gourmet y supermercados que atraen a un público afín a los productos premium. Estos distribuidores clave permiten que el producto de Tinto alcance a consumidores que buscan productos de alta calidad en sus compras regulares.
- Cadenas de Tiendas: Con el crecimiento del negocio, Tinto puede negociar con cadenas de tiendas para vender su café en espacios dedicados al consumo premium, incrementando la exposición de la marca y ampliando la base de clientes.

Con estos métodos de distribución y las relaciones clave en el mercado, Tinto Coffee Shop asegura que su café de especialidad esté disponible a través de múltiples canales, alcanzando a diferentes segmentos del mercado y fortaleciendo su presencia tanto a nivel local como nacional.

Referencias

- Abad, N. R. (2012). *El precio clave de la rentabilidad*. Planeta.
- Bills, P. (2021). *Los All Blacks: Los secretos detrás del mejor equipo del mundo*. Roca Editorial.
- Cañas, L. M. (2023). *Plan Estratégico de marketing: el arte de cautivar a través de estrategias que enamoran*. Editorial Universidad del Rosario.
- Godin, S. (2019). *Esto es marketing*. 2019: Alienta.
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.
- Roberto, D. (2004). *Fundamentos de marketing*. Ediciones granica.

Bibliografía

- Abad, N. R. (2012). *El precio clave de la rentabilidad*. Planeta.
- Anaya, H. O. (2014). *Análisis Financiero Aplicado, bajo NIIF*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Bills, P. (2021). *Los All Blacks: Los secretos detrás del mejor equipo del mundo*. Roca Editorial.
- Cañas, L. M. (2023). *Plan Estratégico de marketing: el arte de cautivar a través de estrategias que enamoran*. Editorial Universidad del Rosario.
- Dolan, S., Valle, R., Jackson, S., & Schuler, R. (2007). *La Gestión de los Recursos Humanos* (Vol. 3). Editorial Mc Graw Hill.
- Feld, B., & Mendelson, J. (2015). *Cómo cerrar rondas de financiación con éxito*. Barcelona: Libros de Cabecera.
- Godin, S. (2019). *Esto es marketing*. 2019: Alienta.
- Jericó, & Pilar. (2000). *La gestión del talento: del talento individual al talento organizativo*. Prentice Hall.
- Kennedy, W. (2006). *So What? who Cares? why You?* Wendykennedy.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2007). *Marketing Internacional de lugares y destinos*. Pearson.
- Madie, D. (2019). Growth Wheel Tool Kit. .
- Neck, H., Neck, C., & Murray, E. (2018). *Entrepreneurship: The Practice and Mindset*. SAGE.
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.
- Roberto, D. (2004). *Fundamentos de marketing*. Ediciones granica.

