

TRABAJO DE PRÁCTICA “AROMA DE LA MONTAÑA”

Autora:

MARIA JIMENA SALAZAR SEGURO

Asesor: Gabriel Alfonso Pacheco

UNIVERSIDAD CATOLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURIA
MEDELLIN
2024

Contenido

1.	Idea de Negocio.....	4
2.	Estudio sectorial.....	5
2.1.1.	Actividad Económica de "Aroma de la Montaña".....	5
2.1.2.	Código CIIU.....	6
2.1.3.	Agremiaciones.....	7
2.1.4.	Estadísticas del sector.....	8
2.1.5.	Competidores potenciales.....	11
2.1.6.	Productos complementarios.....	13
2.1.7.	Estrategia de Diferenciación.....	14
3.	Productos de "Aroma de la Montaña".....	15
3.1.	Productos complementarios.....	16
3.2.1.	Descripción de la Población Potencial.....	17
3.2.2.	Segmentación de la Población.....	17
3.2.3.	Segmentación Geográfica.....	17
3.2.4.	Segmentación Demográfica.....	17
3.2.5.	Segmentación Psicográfica.....	18
3.2.6.	Segmentación Conductual.....	18
3.2.7.	Nicho de Mercado.....	19
3.3.	Estrategias de Precios.....	23
3.4	Políticas de Crédito y Formas de Pago para "Aroma de la Montaña".....	24
3.5.	Plan de Mercadeo.....	25
3.5.1.	Estrategias Competitivas y Coherentes con el Direccionamiento Estratégico.....	26
3.6.	Imagen corporativa.....	27
3.6.1	Elementos.....	28
3.6.2	Portafolio.....	29
4.	Direccionamiento Estratégico.....	29
4.1	Misión.....	29
4.1.1	Visión.....	29
4.1.2	Objetivos Corporativos.....	29
4.1.3	Políticas de Servicio al Cliente.....	30
4.1.4	Valores Corporativos.....	30
4.2	Estructura de la Organización.....	31

4.2.1 Organigrama General	31
4.3.1 Requerimiento de Personal.....	31
Descripción de Cargos, Perfiles, Funciones y Salarios	31
5. Forma Jurídica de la Organización	34
6. Estudio Ambiental Y Plan De Manejo Ambiental.....	39
7. Localización del Proyecto	40
8. Estudio economico y financiero	46
Referencias.....	50

1. Idea de Negocio.

En el vibrante y diverso panorama del mercado colombiano, el café se erige como un emblema de identidad cultural y un pilar económico crucial. Colombia, el segundo mayor productor mundial de café, ha demostrado consistentemente su capacidad para ofrecer granos de calidad excepcional, reflejando una tradición arraigada en cada taza.

En este contexto dinámico, surge "Aroma de la Montaña", un concepto revolucionario diseñado para capturar y celebrar la esencia del café colombiano de una manera única.

"Aroma de la Montaña" no solo ofrecerá una amplia variedad de cafés preparados con técnicas innovadoras, sino que también proporcionará una experiencia inmersiva que conecta a los visitantes con las raíces del café.

El concepto se centra en crear un espacio donde los clientes puedan explorar el viaje del café desde su cultivo en las regiones montañosas hasta su transformación en una taza perfectamente preparada. Ofreceremos una gama de opciones que reflejan las diversas técnicas de preparación del café, complementadas con una oferta gastronómica inspirada en las regiones productoras. Los visitantes podrán disfrutar de una experiencia sensorial que va más allá del sabor, permitiéndoles conocer y apreciar el arduo trabajo de los agricultores y las tradiciones que dan vida al café colombiano.

"Aroma de la Montaña" se posicionará como un destino obligado en Medellín, combinando la autenticidad del café con una propuesta innovadora de turismo gastronómico. Nuestro objetivo es ofrecer una experiencia que no solo deleite los sentidos, sino que también eduque y conecte a los visitantes con el rico legado cultural del café en Colombia.

2. Estudio sectorial.

Un estudio sectorial tiene como propósito generar un análisis de un sector específico de la economía dependiendo de del aspecto que se desea examinar, para realizar un correcto estudio se deben tener en cuenta lo siguiente:

- La estructura del mercado: competencia, actores y como participan en el mercado.
- Análisis financiero: todo lo relacionado con indicadores financieros, presupuestos, inversiones, tendencias macro y microeconómicas.
- Oportunidades y amenazas: Evaluar factores internos y externos de las empresas.
- Regulaciones: Normativas gubernamentales que afecten el sector.

2.1.1. Actividad Económica de "Aroma de la Montaña".

Colombia, un país caracterizado por su diversidad geográfica y cultural, presenta una economía dinámica y multifacética que se organiza en tres sectores principales: primario, secundario y terciario. Cada uno de estos sectores desempeña un papel crucial en el desarrollo económico y social del país, contribuyendo a la generación de empleo y la producción de bienes y servicios. Los sectores económicos se dividen de la siguiente forma:

Sector primario: se centra en la extracción y producción de material primas y de recursos naturales.

Sector secundario: se encarga de la transformación de materias primas en productos manufacturados.

Sector terciario: se basa en la prestación de servicios y que no son productos tangibles.

Las actividades económicas implican la inversión de recursos como materiales, mano de obra y equipos para generar bienes o servicios y obtener beneficios. En este contexto, "Aroma de la Montaña" se enfocará en el sector de servicios, específicamente en la venta de comida para consumo en el establecimiento o para llevar. Este enfoque en el sector terciario no solo responde a la creciente demanda de experiencias gastronómicas y sociales, sino que también destaca cómo la oferta de servicios puede integrar y potenciar los sectores primario y secundario al utilizar ingredientes locales.

En los últimos años, Medellín, conocida como la "ciudad de la eterna primavera", ha experimentado un aumento significativo en la demanda de espacios que permitan a las personas conectar con la cultura y la gastronomía local, trabajar o estudiar en entornos flexibles, y compartir momentos con amigos y familiares. Este crecimiento subraya la importancia de analizar el mercado local y cómo las empresas dedicadas a la gastronomía y los servicios en la ciudad se están desarrollando.

De esta manera, "Aroma de la Montaña" no solo contribuye a la economía en general, sino que también promueve la identidad cultural de la región.

2.1.2. Código CIIU.

El código CIIU, según el DANE, es la "Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas". Este sistema clasifica las actividades económicas basándose en los procesos productivos de las unidades estadísticas. "Aroma de la Montaña" se clasificará bajo el código CIIU 5611: "Expendio a la mesa de comidas

preparadas", que se aplica a restaurantes y cafés que ofrecen alimentos y bebidas para consumo en el lugar.

2.1.3. Agremiaciones.

Las agremiaciones son entidades que agrupan a personas con objetivos comunes. "Aroma de la Montaña" tiene la intención de relacionarse y vincularse con las siguientes organizaciones para ingresar al mercado respaldada por la experiencia y el conocimiento de sus miembros:

Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO): es una de las principales agremiaciones comerciales en Colombia y representa a empresas de diversos sectores, incluyendo la gastronomía y el comercio al por menor.

Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (ACODRÉS): es la asociación que agrupa a restaurantes, cafés, y otros establecimientos gastronómicos en Colombia.

Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI): es una organización que apoya a las pequeñas y medianas empresas en Colombia.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC): es la organización gremial más importante en Colombia para los productores de café. Aunque tradicionalmente se enfoca en los cultivadores de café, también tiene programas e iniciativas que benefician a los negocios que comercializan y promueven el café colombiano.

Asociación Colombiana para la Excelencia del Café (ASECC): es una organización que agrupa a empresas y personas comprometidas con la calidad del café colombiano. Se enfoca en la promoción y educación sobre los cafés especiales.

Anato: la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo incluye ofertas de turismo cafetero en sus promociones.

Asocafés: agrupa a los productores y promotores del café y fomenta el turismo a través de eventos y actividades relacionadas con el café.

Rutas del Café: aunque no es una agremiación, este proyecto promueve el turismo en la región cafetera, conectando a los visitantes con fincas y experiencias relacionadas con el café.

2.1.4. Estadísticas del sector.

En Colombia, existen 1,7 millones de empresas, de las cuales 1,5 millones son microempresas (ACOPI, 2023). Dentro de este grupo, 200.063 empresas están en el sector de alojamiento y comidas, lo que proporciona una visión del comportamiento macroeconómico del mercado y el tipo predominante de empresas (ACOPI, 2023).

Para analizar el crecimiento de las empresas en el país, se traen las siguientes estadísticas de cómo se comportó en los años 2023 y 2024 la creación de empresas en el país y se puede observar como en la ciudad de Medellín hubo un crecimiento del 17,9% (Cámara de comercio, 2024).

Tabla 1: Coyuntura por ciudades creación de empresas.

Siguen las buenas noticias

Coyuntura por ciudades: creación de empresas en 2024

Total empresas* creadas – Comparativo ciudades
Acumulado a febrero

	2024	2023	Var. % año corrido
Medellín para Antioquia	10.153	8.610	17,9%
Barranquilla	3.929	4.651	-15,5%
Bogotá	27.968	27.831	0,5%
Bucaramanga	5.350	5.612	-4,7%
Cali	6.722	6.587	2,0%

*Nota: estas cifras incluyen matriculas tanto de comerciantes como de establecimientos.

Fuente: Dinámica económica en Antioquia y perspectivas de Cámara y Comercio de Medellín (2024)

La creación de empresas potencia el consumo de productos en la región, un factor que influencia en que aumente el consumo de bienes y servicios es que Medellín se ha convertido en un lugar obligatorio para visitar tanto para locales como para extranjeros y que se han generado en los últimos años nuevas tendencias como lo son los nómadas digitales.

En función de lo anterior, también se analiza el tránsito de nómadas digitales en las ciudades más importantes del mundo, puesto que esto es un factor fundamental a la hora de analizar el sector económico de la ciudad de Medellín, puesto que es un lugar sumamente apeteceido por estos nómadas digitales y que se han convertido en grandes consumidores de la cultura paisa.

Además, es la ciudad del país donde más llegan nómadas digitales por factores como el, la variedad cultural, el clima, la fácil adaptación y la comunidad, lo que vuelve a Medellín una ciudad sumamente atractiva, pese a que es una de las ciudades con mayor costo de vida del país, para los extranjeros el cambio de la moneda les favorece.

Tabla 2: Ciudades líderes por número de visitas de nómadas digitales.



Fuente: Dinámica económica en Antioquia y perspectivas de Cámara y Comercio de Medellín (2024).

También es en la ciudad de Medellín donde se puede notar el mayor uso de aplicación de Airbnb, esto en relación con lo anteriormente mencionado, ya que es una de las ciudades más apetecidas en el mundo para los nómadas digitales, lo que ha generado una gran oferta de espacios que ofrecen flexibilidad, comodidad, variedad y facilidad de uso para las personas que pretenden pasar una temporada en la ciudad.

Tabla 3: Total listado en plataformas digitales Airbnb.



Fuente: dinámica económica en Antioquia y perspectivas de Cámara y Comercio de Medellín (2024).

Esto es fundamental para el mercado en el que se moverá “Aroma de la Montaña”, puesto que, los turistas y nómadas digitales son los mayores consumidores de lugares en los cuales puedan conectar con un poco de la cultura paisa y antioqueña, además buscan lugares en los cuales puedan disfrutar de la gastronomía, de un espacio para hacer coworking y disfrutar de toda la experiencia que se ofrecerá.

“Aroma de la Montaña” se establecerá como una microempresa en Medellín. La ciudad ha experimentado un crecimiento significativo en comparación con otras ciudades,

siendo un destino elegido para nómadas digitales y alquileres temporales a través de plataformas como Airbnb. Este factor es clave para "Aroma de la Montaña", ya que los turistas y nómadas digitales buscan lugares que les permitan conectar con la cultura paisa y antioqueña, disfrutar de la gastronomía local y acceder a espacios de coworking.

2.1.5. Competidores potenciales.

Los competidores potenciales comparten características similares, el mismo segmento de mercado o el sector, y ofrecen bienes o servicios comparables, además son aquellos negocios que ya están operando en el mismo mercado o nicho y ofrecen productos o servicios similares a los tuyos, dirigidos al mismo público objetivo.

En la siguiente lista se mencionarán los que para Aroma de la montaña son sus competidores directos en el mercado:

(Cárdenas, 2021) **Otraparte:** Este es uno de mis sitios para trabajar por la tranquilidad que se siente estando al aire libre. Se trata de la casa del escritor y filósofo Fernando González ahora museo, centro cultural y teatro en donde también tienen un café hace ya varios años. Tengo que decir que han mejorado el servicio considerablemente pues antes no era muy bueno. La comida es deliciosa, tienen pastas, sándwiches, ensaladas, opciones vegetarianas, una buena oferta de cafés y unos palitos de queso y empanadas espectaculares. Las sillas no son las más cómodas pero el lugar tiene un no sé qué que me hace volver. Mil puntos más por tener tan buenos precios.

Pergamino: El lugar por excelencia para irse a trabajar. Tienen varias sedes, pero la que a mí más me gusta es la de la calle 10b cerca al hotel Clic Clack. Es para quedarse horas y horas porque sin duda lo pensaron para esto. El Wifi no puede ser mejor, las bebidas ricas, sobre todo el té chai, y las sillas y espacios bastante cómodos. Algo muy chévere es que

tienen espacios para trabajo individual y otros adaptados para reuniones de más de tres personas. Son pet friendly y los desayunos son espectaculares.

Fauno Café Cultural: este lugar es muy diferente porque es ambientado como una librería, muy acogedor y la pastelería es otro nivel, muy rica. El local de Cityplaza se presta mucho para trabajar, sin embargo, el de Arkadia es más para un café y algunas páginas de un libro por los espacios. En todo caso, una tarde aquí es deliciosa entre libros y un ambiente muy tranquilo.

Délmuri: un café de esos pequeños y acogedores adornados por plantas, libros y buena música. No es de los que han sido pensados para trabajar, pero creo que funciona bien para un rato y si tienen intenciones de comer algo rico. Los sandwiches pintan buenísimo igual que las opciones que tienen de productos horneados, dulces o salados.

Velvet: otro de mis favoritos por sus instalaciones amplias, luminosas y un servicio super atento. La propuesta gastronómica se inclina por preparaciones belgas que incluyen cafés y mucho chocolate. Además de ser muy tranquilo y con una buena oferta de platos para desayunar, almorzar o tardear, me encanta visitarlos porque apoyan directamente caficultores colombianos y resaltan su labor y los procesos desde el campo.

Nueve Tres Cuartos: a este café le pondría algún adjetivo de magia porque entrar a sus instalaciones es como sentirse en un cuento. También tienen un concepto que fusiona café con librería y es espectacular porque tienen unas ediciones ilustradas hermosas, libros raros, juegos, actividades para niños y unos espacios poco convencionales que hacen la visita toda una experiencia. La pastelería es deliciosa y su té chai es uno de mis favoritos. Si tienen pensado ir en modo concentración perfecta, intenten horarios en la mañana cuando sea menos probable encontrar niños porque suelen ir muchos.

Semilla Coworking: la perfección hecha lugar para trabajar. Todo fue pensado como coworking, pero sin la necesidad de membresías. El lugar es amplio, iluminado y ventilado haciéndolo super agradable. Me pareció una muy buena opción para trabajar individualmente. Y si se preguntan por la carta, algunos desayunos y unos cuantos platos fuertes como ensaladas y pastas, pero muchas opciones de bebidas frías y calientes.

Hija Mía Roasters: quizá no sea el café más grande en el que uno se imagine trabajando, pero tienen un espacio super agradable con la mejor atención. Por ahí dicen que tienen una de las mejores propuestas de café en toda la ciudad, pero no soy testigo porque soy muy mala clienta para el café. Tienen una propuesta de panes espectaculares, servidos con combinaciones clásicas como huevo, aguacate y feta o mantequilla de maní y frutos rojos.

Para “Aroma de la Montaña de los mencionados anteriormente, Pergamino E hija Mía Roasters son lo más cercano a lo que se pretende con este negocio, puesto que son lugares que ofrecen a sus clientes experiencias únicas, además de espacios cómodos y ganadores si lo que busca son espacios para trabajar y compartir experiencias.

2.1.6. Productos complementarios.

Un producto complementario es aquel que se utiliza o se consume junto con los productos principales y que mejoran o potencian la experiencia del consumidor. “Aroma de la Montaña” tiene los siguientes productos complementarios.

Talleres de Café: sesiones interactivas sobre el proceso de cultivo y la preparación del café, incluyendo talleres de cata y métodos de extracción.

Visitas virtuales y presenciales: experiencias inmersivas en las regiones cafetaleras a través de realidad virtual o videos interactivos.

Tazas y Utensilios: artículos personalizados con el logotipo de "Aroma de la Montaña", como tazas, termos y coasters.

2.1.7. Estrategia de Diferenciación.

Una estrategia de diferenciación consiste en destacar por encima de otras empresas, aunque ofrezca un producto o servicio similar al de otros negocios en el mercado. Esto puede lograrse mejorando las funciones y usos, o creando características inéditas que lo hagan más valioso.

Para destacar en un mercado competitivo, "**Aroma de la Montaña**" debe enfatizar su propuesta de valor única:

Experiencia Sensorial Completa: ofrecer una experiencia inmersiva que combine el gusto, el olor, y la vista del café, permitiendo a los visitantes entender y apreciar cada etapa del proceso del café, desde el cultivo hasta la taza.

Transparencia y Conexión con el Productor: utilizar tecnología como códigos QR para rastrear el origen del café y conectar a los clientes con los agricultores.

Innovación en la Preparación del Café: implementar métodos de preparación innovadores y ofrecer una amplia gama de opciones para satisfacer diferentes preferencias.

Oferta Gastronómica Regional: complementar la oferta de café con platos inspirados en las regiones productoras, ofreciendo una inmersión completa en la cultura cafetera colombiana.

Espacio Multifuncional: crear un entorno flexible que combine áreas para disfrutar del café, espacios de coworking, y áreas para eventos culturales, adaptándose a las necesidades de nómadas digitales y turistas.

Al integrar estos pilares estratégicos, "Aroma de la Montaña" no solo busca ofrecer productos de calidad, sino crear un espacio donde el café se convierte en una experiencia cultural completa. A través de una conexión auténtica con los productores, una oferta gastronómica que resalta las tradiciones regionales, y un entorno versátil que combina trabajo y socialización, este café pretende diferenciarse como un destino único. Más allá de una simple taza de café, "Aroma de la Montaña" se posiciona como un lugar donde la cultura cafetera colombiana se vive, se saborea y se comparte, brindando a sus clientes una experiencia multisensorial y educativa que trasciende lo habitual.

3. Productos de "Aroma de la Montaña".

Aroma de la Montaña se dedica a ofrecer una experiencia integral en el mundo del café, abarcando desde el cultivo del grano hasta sus diversas preparaciones. Nuestros productos están diseñados para cumplir con la esencia de nuestra idea de negocio, brindando al cliente una conexión auténtica y enriquecedora con cada taza.

<i>Categoría</i>	<i>Descripción</i>	<i>Variedades</i>	<i>Presentación</i>
Café Gourmet de Origen Único	Café premium de origen colombiano, con perfiles de sabor distintivos según la región de cultivo.	Antioquia: Cuerpo robusto, notas a nuez. Nariño: Acidez brillante, matices frutales. Huila: Dulzura, notas de chocolate.	Granos enteros, molidos y cápsulas compatibles con sistemas de espresso y máquinas de cápsulas.
Mezclas Exclusivas	Mezclas especializadas de granos de diferentes regiones, creando sabores complejos.	Blend Clásico: Antioquia y Huila, sabor equilibrado. Blend Gourmet: Nariño y otras regiones premium, sabor sofisticado.	Granos enteros y molidos en empaques de 250g y 500g, cápsulas.
Café Frío Listo para Beber	Café embotellado para consumo inmediato, siguiendo tendencias de café frío.	Café Negro: Sin azúcares ni aditivos. Café con Leche: Con leche entera y toque de vainilla.	Botellas de 330ml y 500ml, en vidrio o PET reciclable.

Café en Grano para Usos Especiales	Granos seleccionados para diferentes métodos de preparación o necesidades específicas.	Café Decaf: Descafeinado. Café para Prensa Francesa: Granos molidos específicamente para prensa francesa.	Paquetes de 250g y 500g en empaques herméticos.
------------------------------------	--	---	---

3.1. Productos complementarios.

<i>Categoría</i>	<i>Descripción</i>	<i>Variedades</i>
Talleres y Experiencias	Actividades interactivas y educativas para profundizar el conocimiento sobre el café.	Talleres de Café: Sesiones sobre el proceso de cultivo, técnicas de preparación y cata de café.
		Visitas Virtuales y Presenciales: Experiencias inmersivas que permiten explorar las regiones cafetaleras mediante realidad virtual o visitas guiadas.
Tazas y Utensilios Personalizados	Artículos para el hogar o regalos, con la marca "Aroma de la Montaña" para mantener la conexión con la experiencia del café.	Tazas Personalizadas: Con el logotipo del negocio y diseños únicos.
		Termos y Coasters: Utensilios prácticos y decorativos para el consumo de café.
Productos Derivados del Café	Artículos complementarios para mejorar la experiencia de preparación y consumo de café.	Molinillos de Café: Manuales y eléctricos. Tazas y Termos Personalizados: Con diseños exclusivos. Filtros y Prensas Francesas: Equipos de alta calidad.

Con esta variedad de productos “Aroma de la Montaña” pretende ofrecerles una experiencia completa a sus clientes y permitirles disfrutar de una experiencia única que los conecte con una taza de café con los cultivadores de café.

3.2.1. Descripción de la Población Potencial

La población potencial de "Aroma de la Montaña" abarca un amplio espectro de consumidores que valoran las experiencias gastronómicas de calidad y están interesados en el café colombiano como un componente cultural y social significativo. Esta población incluye tanto a residentes de Medellín como a turistas nacionales e internacionales, quienes buscan una conexión auténtica con la cultura cafetera del país. Se espera que estos consumidores sean atraídos por la oferta de productos innovadores y la experiencia inmersiva que "Aroma de la Montaña" promete.

3.2.2. Segmentación de la Población.

Para determinar la población de "Aroma de la Montaña" se tuvo en cuenta aspectos como lo geográfico, la demografía, lo psicográfico, esto con el fin de tener un campo más amplio de recolección de información.

Para comprender mejor la incidencia de "Aroma de la Montaña" se realiza una encuesta mediante Google forms a la población determinada.

3.2.3. Segmentación Geográfica.

Ubicación: la población objetivo se encuentra principalmente en Medellín, con un enfoque en barrios como El Poblado, Laureles y Envigado, donde se concentran tanto locales como turistas. Esta área es conocida por su vida nocturna, cafeterías de especialidad y una cultura vibrante, lo que la convierte en un lugar ideal para un café que busca destacar.

3.2.4. Segmentación Demográfica.

Edades: la población potencial abarca principalmente a adultos jóvenes (18-35 años), quienes son más propensos a buscar experiencias nuevas y compartirlas en redes sociales.

También se incluyen adultos de mediana edad (36-55 años) y adultos mayores (56+ años) que aprecian la calidad del café y están interesados en la cultura local.

Género: el café es un producto consumido por todos los géneros, puesto que es un producto que no tiene una inclinación o está enfocado a ningún tipo de género en específico.

3.2.5. Segmentación Psicográfica.

Clase Social: el enfoque principal será para estratos 4, 5 y 6 que tienen el poder adquisitivo para disfrutar de productos premium y experiencias gastronómicas. Este grupo está más dispuesto a pagar precios superiores por calidad y autenticidad.

Estilo de Vida: la población objetivo incluye a personas con un estilo de vida urbano, que valoran la sostenibilidad, la autenticidad y las experiencias sensoriales. Esto incluye a nómadas digitales que buscan espacios de trabajo inspiradores, así como a consumidores interesados en la salud y el bienestar.

Personalidad y Gustos: los consumidores en este segmento suelen ser aventureros y curiosos, con un interés particular en la gastronomía, el arte y la cultura. Valoran la calidad, la experiencia sensorial y la conexión emocional con los productos que consumen.

3.2.6. Segmentación Conductual.

Conductas: los consumidores potenciales son aquellos que buscan experiencias más allá del simple consumo de café; desean aprender sobre el proceso de producción, participar

en talleres y disfrutar de catas. Esta búsqueda de conocimiento les permite conectar emocionalmente con el producto.

Lealtad a la Marca: la lealtad se fomentará a través de una experiencia excepcional y la calidad de los productos ofrecidos. Se espera que los clientes desarrollen un sentido de pertenencia hacia "Aroma de la Montaña", convirtiéndose en promotores de la marca a través de recomendaciones y visitas recurrentes.

3.2.7. Nicho de Mercado.

El nicho de mercado de "Aroma de la Montaña" se centra en amantes del café y experiencias gastronómicas premium, con especial énfasis en aquellos interesados en el turismo gastronómico y la cultura cafetera colombiana. Este nicho se caracteriza por consumidores que buscan no solo productos de alta calidad, sino también una experiencia educativa e inmersiva que les permita comprender y apreciar el arduo trabajo detrás de la producción de café.

Los consumidores en este nicho incluyen:

Turistas Nacionales e Internacionales: que desean explorar la riqueza cultural del café colombiano.

Locales Apreciadores del Café: que buscan un lugar que ofrezca no solo café, sino también una experiencia cultural y social.

Nómadas Digitales y Profesionales: que buscan un espacio de trabajo inspirador donde puedan disfrutar de un excelente café y conectarse con otros.

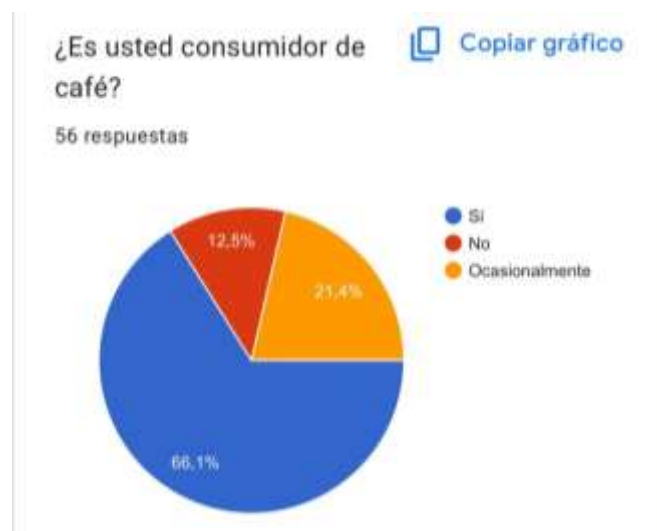
En función de conocer si las personas están dispuestas a frecuentar un espacio como “Aroma de la Montaña”, si conocen como es el proceso de la extracción del café hasta la taza de café preparado, así como si les gustan los espacios de esparcimiento culturales, espacios para trabajar y conocer personal; se realizó una encuesta a 56 personas entre los 18 y 65 años, que residen en la ciudad ciudad de Medellín.

Las preguntas realizadas a estas personas fueron:

- ¿Es usted consumidor de café?
- ¿Conoce usted como es el procesamiento del café desde su cultivo hasta su preparación?
- ¿Estaría interesado en conocer más de este proceso?
- ¿Le gustan los espacios como cafés, lugares de coworking, centros culturales, etc.?

Estas son las respuestas:

Grafico 1:



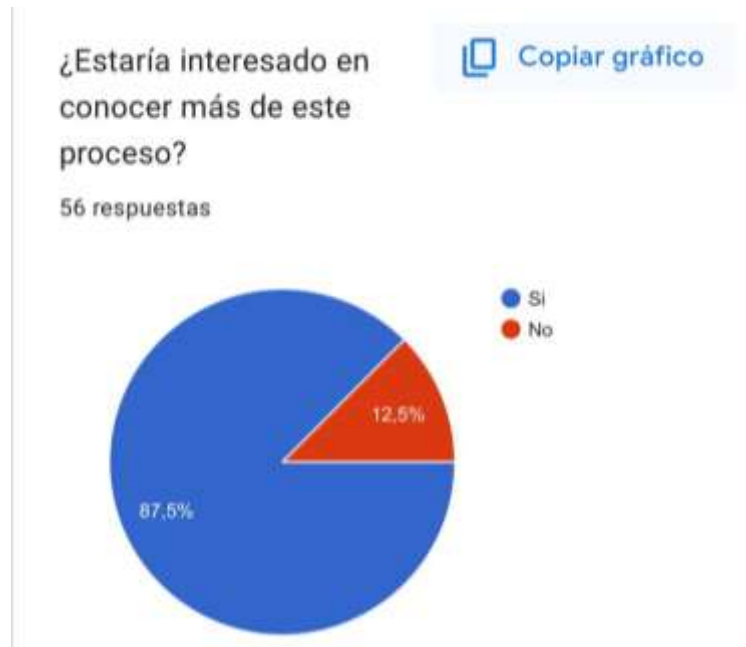
Se puede observar que el 66,1% son consumidores de café y que el 21,4% lo hace ocasionalmente, por lo que, el 87% de la muestra son potenciales clientes de nuestro producto principal.

Gráfico 2:



En la gráfica se muestra que al menos la mitad de los participantes de esta encuesta tienen un conocimiento regular de cómo es el proceso de transformación del café del grano a la tasa de café, lo que beneficia a “Aroma de la Montaña” porque será un lugar en el cual reforzar o adquirir este conocimiento.

Gráfico 3:



En base a las respuestas del 87,5% de las personas que respondieron la encuesta están interesados en conocer más sobre el procedimiento de transformación del café.

Gráfico 4:



Además, se observa que el 92,9% de los encuetados les gustan los espacios de esparcimiento, además de lugares para hacer coworking.

Con base en esta se observa que “Aroma de la Montaña” tiene la posibilidad de ser un lugar atrayente para las personas de cualquier edad, así mismo se encuentra entre los lugares que podrían generar expectativa por ofrecer espacios no solo para trabajar y consumir café, si no por su estrategia diferenciadora de permitirle al consumidor tener la experiencia de conocer el proceso de cultivo y transformación.

3.3. Estrategias de Precios.

La fijación de precios es un elemento crítico para el éxito de cualquier negocio, y "Aroma de la Montaña" aplicará dos estrategias clave: precios definidos por la estructura de costos y precios fijados con base en la competencia.

- **Precios definidos por la estructura de costos:** esta estrategia asegura que todos los costos operativos, desde la adquisición de granos hasta la preparación de las bebidas, estén cubiertos. Según Kotler y Keller (2016), este enfoque permite a las empresas establecer un margen de ganancia que garantice la sostenibilidad financiera. Al comprender los costos asociados con cada producto, podremos fijar precios que no solo sean competitivos, sino que también aseguren la viabilidad del negocio.
- **Precios fijados con base en la competencia:** por otro lado, la fijación de precios basada en la competencia es fundamental para posicionarnos en el mercado. Esta estrategia implica analizar los precios de otros establecimientos

similares en Medellín y ajustar nuestras tarifas en consecuencia. Al hacerlo, "Aroma de la Montaña" podrá atraer a un público más amplio, ofreciendo un valor atractivo en comparación con alternativas locales.

Si bien es importante tener claridad de que es necesario tener en cuenta los precios que fija la competencia que ofrecen servicios similares a los de "Aroma de la montaña", es más importante para el café fijar sus precios en base a la estructura de costos, ya que permite la planeación y sostenibilidad de la empresa.

3.4 Políticas de Crédito y Formas de Pago para "Aroma de la Montaña"

Para garantizar la sostenibilidad financiera de "Aroma de la Montaña" mientras se fomenta una experiencia memorable para nuestros clientes, se tendrán en cuenta las siguientes políticas y formas de pago.

Aroma de la Montaña al ser un local de consumo recibirá todos los métodos de pago, como tarjetas, QR, efectivo. No se extenderá líneas de crédito a sus clientes ya que se pretende que al cliente consuma y realice su pago de forma inmediata. Para mejorar la experiencia del cliente se pretende realizar el proceso de cobro de la forma más rápida y precisa y así mismo generarle su factura de pago. Si se llegase a generar algún conflicto en el pago se establecerá un canal de comunicación directo para resolver disputas relacionadas con pagos, priorizando la satisfacción del cliente. Así mismo, se contará con un equipo capacitado en la gestión de cuentas por cobrar y atención al cliente, asegurando un enfoque profesional y empático en cada interacción.

3.5. Plan de Mercadeo.

Para determinar el plan de mercadeo de “Aroma de la Montaña” se tendrá punto de partida el posicionamiento de la marca, la fidelización de los clientes, la innovación como marca y otros puntos que ayudarán a posicionar en el mercado la empresa, además se expondrán algunas estrategias que permitan cumplir este plan.

- **Posicionamiento de marca:** Posicionar "Aroma de la Montaña" como la experiencia de café premium que conecta a los consumidores con la historia, la cultura y la calidad del café colombiano, convirtiéndonos en un destino turístico y gastronómico clave en Medellín.
- **Educación del consumidor:** Informar y educar tanto a los locales como a los turistas sobre las diversas técnicas de preparación del café, el origen de los granos, y el impacto social y económico de la industria cafetera en Colombia.
- **Fidelización y comunidad:** Crear una base de clientes leales mediante una oferta diferenciada de experiencias sensoriales, programas de membresía, y actividades interactivas que fomenten la conexión continua con la marca.
- **Ampliación de mercado:** Atraer a un público diverso, tanto local como internacional, mediante una estrategia que combine la autenticidad del café colombiano con la innovación en la experiencia de consumo.
- **Innovación constante:** Mantener la relevancia de la marca en un mercado competitivo a través de la innovación continua en productos y servicios, incorporando tendencias del mercado, como la sostenibilidad, el café de especialidad y las experiencias personalizadas.

3.5.1. Estrategias Competitivas y Coherentes con el Direccionamiento Estratégico.

Turismo gastronómico y cultural: crear experiencias inmersivas que permitan al cliente no solo degustar el café, sino también aprender sobre su origen y proceso de producción. Ofrecer visitas guiadas por expertos que expliquen las diferentes regiones cafeteras y las técnicas de preparación de café.

Implementación: Organizar eventos temáticos, catas de café, talleres de baristas, y exhibiciones interactivas sobre el café colombiano.

Café de especialidad y personalización: Ofrecer una variedad de cafés de especialidad, que permitan a los clientes personalizar su bebida según sus preferencias (intensidad, tipo de grano, métodos de preparación, etc.). Responder a las tendencias de los consumidores interesados en cafés orgánicos y de origen.

Implementación: Incorporar diferentes tipos de grano, como el café de origen único, y opciones de preparación personalizadas, como Chemex, V60, Aeropress y otras técnicas de vanguardia.

Experiencia multisensorial y ambiente único: diseñar un espacio que no solo sea un café, sino una experiencia sensorial completa. Esto incluiría un diseño arquitectónico que evoque la tradición cafetera, aromas envolventes, música local y elementos interactivos que involucren a los visitantes en cada paso de su experiencia.

Implementación: Crear zonas temáticas dentro del café que cuenten la historia del café colombiano, incorporando materiales naturales como madera y piedra, y ofreciendo música en vivo con artistas locales.

Marketing de contenido digital y storytelling: desarrollar una estrategia de marketing de contenidos que utilice las plataformas digitales para contar la historia detrás de cada taza de café, involucrando a la audiencia en el viaje del café desde la finca hasta la taza.

Implementación: crear contenido visual (videos, fotos) y narrativo (blogs, redes sociales) sobre las historias de los caficultores, la cultura cafetera colombiana, y el proceso de producción.

Ofertas exclusivas para turistas: desarrollar promociones y paquetes especiales para turistas extranjeros, como tours del café, combinados con experiencias gastronómicas que les permitan llevarse un pedazo de Colombia con ellos.

Implementación: ofrecer paquetes turísticos que incluyan visitas a fincas cafetaleras cercanas, catas de café privadas, y la posibilidad de adquirir café de calidad directamente de los productores.

Estas estrategias permiten que “Aroma de la Montaña” pueda crear experiencias únicas para sus clientes, además permiten cumplir a cabalidad con los objetivos establecidos.

3.6. Imagen corporativa.

Para la imagen corporativa de “Aroma de la Montaña” se tiene en cuenta lo que visualmente desea representar la marca, que es una montaña en la cual se siembra el café y donde sucede la magia que luego es transformada en una taza de café.



3.6.1 Elementos.

Dentro del logo de “Aroma de la Montaña” se encuentra lo siguiente:

Montaña: representa el lugar donde se cultiva el café, las montañas de nuestro país.

Taza de café: representa el producto final que se disfruta después de todo el proceso de cultivo.

Ramas y selva: Esta enfocado a mostrar la naturaleza de la región.

Colores.

Black: #000000

Burlywood: #DEB887

Cornsilk: #FFF8DC

Ghostwhite: #F8F8FF

Tan: #D2B48C

3.6.2 Portafolio.





Categoría	Descripción	Variedades	Presentación
Café Gourmet de Origen Único	Café premium de origen colombiano, con perfiles de sabor distintivos según el región de cultivo.	Antioquia: Cuerpo robusto, notas a miel. Nariño: Acidez brillante, matices frutales. Huila: Dulzura, notas de chocolate.	Granos enteros, mallas y cápsulas compatibles con sistemas de <u>espresso</u> y máquinas de cápsulas.
Mixtos Especiales	Mixtos exclusivos. Mallas especializadas de granos de diferentes regiones, creando sabores complejos.	Blend Cítrico: Antioquia y Huila, sabor equilibrado. Blend Gourmet: Huila y otras regiones premium, sabor sofisticado.	Granos enteros y mallas en empaques de 250g y 500g, cápsulas.
Café Frio Lata para Beber	Café embotellado para consumo inmediato, aglutina tendencias de café frío.	Café Negro: Sin aditivos ni azúcares. Café con Leche: Con leche entera y toque de vainilla.	Bebidas de 330ml y 500ml, en vidrio o PET recicladas.
Café en Grano para Usos Especiales	Granos seleccionados para diferentes métodos de preparación o necesidades específicas.	Café Decaf: Decafinado. Café para Prensa Francesa: Granos mallas específicamente para prensa francesa.	Paquetes de 250g y 500g en empaques herméticos.

4. Direccionamiento Estratégico

4.1 Misión

Aroma de la Montaña es un espacio dedicado a ofrecer una experiencia sensorial y cultural a través del café colombiano. Nos enfocamos en conectar a los clientes con el proceso de producción del café, desde su cultivo hasta su degustación, promoviendo la calidad, la sostenibilidad y el comercio justo.

4.1.1 Visión

Para 2030, Aroma de la Montaña será un referente en el turismo gastronómico de café en Medellín y en Colombia, destacándose por su innovación en la preparación del café, su compromiso con la sostenibilidad y su impacto positivo en la comunidad cafetera.

4.1.2 Objetivos Corporativos

- Posicionar Aroma de la Montaña como un destino gastronómico de referencia en Medellín en los próximos 5 años.
- Fomentar la educación cafetera a través de talleres y experiencias interactivas.
- Implementar prácticas de sostenibilidad en todos los procesos operativos del negocio.
- Desarrollar alianzas con caficultores locales para garantizar la calidad y el comercio justo.
- Expandir la oferta a nivel digital con experiencias de cata virtual y venta de productos online.

4.1.3 Políticas de Servicio al Cliente

- Brindar una atención cálida y personalizada a cada cliente.
- Garantizar la calidad y frescura de todos los productos ofrecidos.
- Resolver cualquier inconveniente con rapidez y eficacia, priorizando la satisfacción del cliente.
- Fomentar la fidelización a través de programas de membresía y beneficios exclusivos.

4.1.4 Valores Corporativos

- **Autenticidad:** Preservamos y promovemos la cultura cafetera colombiana.
- **Calidad:** Garantizamos la excelencia en cada taza de café.

- **Sostenibilidad:** Aplicamos prácticas responsables con el medio ambiente y la comunidad cafetera.
- **Innovación:** Buscamos constantemente nuevas formas de mejorar la experiencia del cliente.
- **Compromiso:** Trabajamos con pasión por el desarrollo del sector cafetero y la satisfacción de nuestros clientes.

4.2 Estructura de la Organización

4.2.1 Organigrama General



4.3.1 Requerimiento de Personal

Descripción de Cargos, Perfiles, Funciones y Salarios

Cargo	Perfil Requerido	Funciones	Tipo de Contrato	Salario Mensual (COP)

Director General	Profesional en Administración, experiencia en gastronomía y gestión empresarial.	Dirección y toma de decisiones estratégicas, supervisión del negocio.	Indefinido	0	\$6.500.00
Administrador	Profesional en Administración de Empresas o afines, experiencia en el sector gastronómico.	Manejo de operaciones diarias, control financiero, supervisión de personal.	Indefinido	0	\$4.500.00
Contador	Profesional en Contaduría, experiencia en PYMEs.	Manejo de la contabilidad, impuestos y costos.	Prestación de servicios	0	\$3.500.00
Barista	Experiencia en preparación de café de especialidad.	Elaboración de bebidas, atención al cliente.	Término fijo	0	\$2.000.00
Chef	Técnico o profesional en cocina, experiencia en gastronomía regional.	Desarrollo de menú, preparación de platos.	Indefinido	0	\$3.500.00
Community Manager	Profesional en Marketing Digital, experiencia en redes sociales.	Manejo de redes sociales, diseño de estrategias digitales.	Prestación de servicios	0	\$2.500.00
Meseros	Bachiller con experiencia en servicio al cliente.	Atención a clientes, toma de pedidos, entrega de productos.	Término fijo	0	\$1.500.00

Cajero	Bachiller con experiencia en manejo de caja y atención al cliente.	Manejo de caja, facturación y control de ingresos.	Término fijo	0	\$1.700.00
--------	--	--	--------------	---	------------

4.4 Matriz DOFA

Fortalezas	Oportunidades
Concepto innovador basado en la experiencia cafetera.	Crecimiento del turismo en Medellín, especialmente el gastronómico.
Ubicación estratégica en zonas de alto tráfico.	Tendencia creciente del consumo de café de especialidad.
Alianzas con caficultores locales, garantizando calidad.	Aumento de la cultura cafetera y el interés por experiencias inmersivas.
Diferenciación en el mercado con talleres y actividades educativas.	Expansión a nivel digital con ventas en línea y catas virtuales.

Debilidades	Amenazas
Alto costo inicial para implementar una experiencia inmersiva.	Competencia fuerte con cafeterías establecidas en Medellín.

Dependencia de proveedores de café de alta calidad.	Volatilidad en los precios del café y materias primas.
Necesidad de capacitación constante del personal en café de especialidad.	Cambios en tendencias de consumo o crisis económicas.

5. Forma Jurídica de la Organización

Para la formalización de "Aroma de la Montaña", se optará por la constitución de una **Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)**.

Requisitos Legales

Para la constitución y operación de "Aroma de la Montaña", se deben cumplir los siguientes requisitos legales los cuales costaron alrededor de \$2.170.000 COP.

Constitución Legal: Se inscribirá la sociedad por medio de escritura pública, posterior se realizan los siguientes pasos:

- Registro ante la Cámara de Comercio de Medellín. (Socios)
- Obtención del Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN.
- Inscripción en la Secretaría de Hacienda de Medellín para el pago de impuestos locales.
- Registro mercantil.
- Libros de comercio y contabilidad.

Funcionamiento y Documentación:

Internos:

- Estatutos de la empresa.
- Actas de constitución y reuniones de socios.
- Reglamentos internos de operación.
- Manuales de procedimiento y calidad.

Externos:

- Registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) en caso de registro de marca.
- Permisos de uso del suelo y funcionamiento ante la Alcaldía de Medellín.
- Certificaciones sanitarias de la Secretaría de Salud.
- Afiliaciones a cajas de compensación, EPS y ARL para empleados.

Marco Legal para el Desarrollo del Proyecto

El funcionamiento de "Aroma de la Montaña" está regulado por diferentes normativas y licencias:

Normatividad:

- Código de Comercio (Decreto 410 de 1971): Regula la actividad mercantil y la constitución de sociedades.
- Ley 1429 de 2010: Beneficios para pequeñas empresas.
- Decreto 1074 de 2015: Reglamenta la S.A.S.
- Ley 1581 de 2012: Protección de datos personales.

Licencias:

- Registro Sanitario INVIMA.
- Licencia de uso de suelos.

- Registro de la actividad económica ante la DIAN (CIIU 5611: Expendio a la mesa de comidas preparadas).
- Certificación de manipulación de alimentos para empleados.
- Cumplimiento de normativas ambientales y de seguridad industrial.

Reglamento interno de trabajo.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

Capítulo I: Disposiciones Generales

Artículo 1. Ámbito de Aplicación: El presente reglamento es de obligatorio cumplimiento para todos los trabajadores de "Aroma de la Montaña S.A.S.". Cualquier modificación deberá ser notificada a los empleados con antelación.

Artículo 2. Horarios de Trabajo: La jornada laboral será de lunes a domingo en turnos rotativos, conforme a las necesidades del negocio y la legislación laboral vigente. Se establecerán pausas activas y tiempos de descanso conforme a la normatividad.

Capítulo II: Normas de Conducta y Servicio

Artículo 3. Normas de Conducta: Los empleados deben cumplir con puntualidad, respeto, normas de seguridad e higiene, y mantener una actitud profesional en todo momento. Se prohíbe el consumo de alcohol y sustancias psicoactivas dentro del establecimiento.

Artículo 4. Servicio al Cliente: Se garantizará una atención amable y eficiente a todos los clientes, priorizando la calidad en el servicio. Los empleados deberán mantener estándares de hospitalidad y cortesía.

Capítulo III: Recursos y Disciplina

Artículo 5. Uso de Recursos: Los equipos y suministros deberán ser utilizados exclusivamente para fines laborales. El uso indebido podrá conllevar sanciones disciplinarias, incluyendo la terminación del contrato.

Artículo 6. Medidas Disciplinarias: Las infracciones serán sancionadas según su gravedad, pudiendo incluir amonestaciones, suspensiones o despidos, de acuerdo con el Código Sustantivo del Trabajo. Se establecerá un comité disciplinario para evaluar casos específicos.

Capítulo IV: Seguridad y Beneficios

Artículo 7. Seguridad e Higiene: Se cumplirán estrictamente los protocolos de manipulación de alimentos y seguridad industrial, conforme a la normatividad sanitaria vigente. Se proporcionará capacitación periódica a los empleados sobre seguridad y salud en el trabajo.

Artículo 8. Beneficios y Prestaciones: Los empleados tendrán derecho a afiliación a EPS, ARL, caja de compensación, y demás beneficios establecidos por la ley. Además, se podrán otorgar incentivos por desempeño y bonificaciones especiales.

Capítulo V: Derechos y Obligaciones

Artículo 9. Derechos Laborales: Se respetarán los derechos laborales establecidos en la legislación colombiana, incluyendo estabilidad, remuneración justa y condiciones laborales dignas. Se fomentará un ambiente de trabajo inclusivo y libre de discriminación.

Artículo 10. Obligaciones del Trabajador: Todo empleado debe cumplir con sus responsabilidades laborales, actuar con diligencia y contribuir al buen funcionamiento del establecimiento. Cualquier acto de negligencia o incumplimiento será evaluado por la administración.

Capítulo VI: Políticas de Evaluación y Crecimiento

Artículo 11. Evaluaciones de Desempeño: Se implementarán evaluaciones periódicas de desempeño para medir la eficiencia y compromiso de los empleados, con el fin de brindar oportunidades de crecimiento dentro de la empresa.

Artículo 12. Capacitación y Desarrollo: La empresa promoverá programas de capacitación en atención al cliente, barismo, gastronomía y seguridad laboral para mejorar las competencias de los empleados y fortalecer la cultura corporativa.

Capítulo VII: Terminación de la Relación Laboral

Artículo 13. Causales de Terminación: La relación laboral podrá terminar por mutuo acuerdo, decisión del empleador en los casos permitidos por la ley o por causas disciplinarias graves, como fraude, negligencia o incumplimiento reiterado de las normas.

Artículo 14. Liquidación y Beneficios Post-Contrato: En caso de terminación del contrato, el trabajador tendrá derecho a su liquidación conforme a lo dispuesto en la normatividad laboral vigente.

Este documento tiene validez desde su aprobación por parte de la Asamblea de Accionistas y se aplicará a todos los trabajadores vinculados con la empresa.

6. Estudio Ambiental Y Plan De Manejo Ambiental

Capítulo I: Consideraciones Ambientales del Proyecto

Artículo 1. Estudio Ambiental: Debido a la naturaleza del negocio, "Aroma de la Montaña S.A.S." se compromete a implementar prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental de sus operaciones.

Artículo 2. Capacidad Locativa de Almacenamiento: La empresa contará con áreas de almacenamiento adecuadas para insumos, equipos y productos terminados, asegurando el cumplimiento de normativas sanitarias y ambientales.

Artículo 3. Factores Ambientales y Climáticos: Se tendrá en cuenta la eficiencia energética, la reducción de emisiones y el uso responsable del agua. Se utilizarán equipos eficientes y se fomentará el uso de materiales reciclables.

Artículo 4. Preparación de Alimentos: la preparación de alimentos se llevará a cabo bajo estrictos estándares de higiene y seguridad alimentaria. Se implementarán protocolos que garanticen la manipulación adecuada de los insumos, la limpieza y desinfección de las áreas de cocina, así como el correcto almacenamiento de productos perecederos. Además, se promoverá el uso de ingredientes locales y sostenibles, minimizando el desperdicio y favoreciendo prácticas responsables

Capítulo 4: Manejo de Residuos y Depósitos de Desechos.

Artículo 4. Clasificación de Residuos: Se implementará un sistema de gestión de residuos basado en la separación de desechos orgánicos, reciclables e inorgánicos, conforme a la legislación ambiental vigente.

Artículo 5. Depósitos de desechos: Se dispondrá de contenedores adecuados para la recolección de residuos, los cuales serán retirados por entidades certificadas para su correcta disposición.

Artículo 6. Plan de Reducción de Impacto Ambiental: Se fomentará el uso de empaques biodegradables, la reducción del desperdicio de alimentos y el reciclaje de materiales en todas las áreas del negocio.

Capítulo III: Responsabilidad Social y Ambiental

Artículo 7. Capacitación en Sostenibilidad: Los empleados recibirán formación sobre buenas prácticas ambientales y reducción del impacto ecológico en las actividades del café.

Artículo 8. Monitoreo y Evaluación Ambiental: Se realizarán auditorías internas para asegurar el cumplimiento de los objetivos ambientales y realizar ajustes en la operación en caso necesario.

7. Localización del Proyecto

Ubicación: El Poblado, Medellín, Colombia.

Factores Determinantes:

Público Objetivo: El Poblado es reconocido por su alta concentración de turistas y profesionales, lo que lo convierte en un lugar estratégico para atraer tanto a locales como a extranjeros interesados en experiencias de café de especialidad y de las nuevas experiencias.

Competencia: La zona alberga varias cafeterías de renombre, que han establecido estándares elevados en la oferta de café. Sin embargo, esto también indica una demanda sólida y una cultura cafetera en crecimiento para el Aroma de la Montaña quien se destaca por su factor diferenciador de ofrecer la inversión en todo el proceso del café.

Costos de Alquiler: El costo promedio de alquiler en El Poblado es de aproximadamente \$96.924 COP por metro cuadrado, mientras que el valor medio de renta de locales comerciales alcanza los \$7.000.000 COP mensuales (Properati, 2025).

Clasificación Empresarial:

(Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019, art. 2.2.1.13.1.2) las empresas en Colombia se clasifican por ingresos anuales así:

- Microempresa: Hasta 44.769 UVT en el sector comercio.
- Pequeña Empresa: Entre 44.769 y 431.196 UVT en el sector comercio.

Dado que 1 UVT en 2025 equivale a \$42.412 COP, los rangos en pesos colombianos serían:

- Microempresa: Hasta aproximadamente \$1.900 millones COP.
- Pequeña Empresa: Entre \$1.900 millones y \$18.300 millones COP.

Por lo que Aroma de la Montaña será registrada como una microempresa.

Infraestructura Física:

Área del Local: Se estima necesario un espacio de 80 a 150 m² para acomodar cómodamente a los clientes y las áreas funcionales, con una capacidad de entre 30 y 50 personas.

Equipamiento Principal:

Tipo de Activo	Opción	Precio	Beneficios	Lugar de Adquisición	Vida Útil Aproximada
Máquina de Café Super Automática	AZ-TC-M12 Big Plus de AZERO	\$15.200.00	Molino profesional; prepara espresso, latte, cappuccino; sistema de bomba potente; sistema exclusivo de leche fresca.	AZER	8 - 10 años
Máquina de Café Super Automática	TechCoffee™ TC-F2 PLUS	\$9.950.00	Doble boiler; doble depósito de café en grano; sistema automático para leche fresca y autolavado; pantalla táctil de 10".	America Food Solutions	7 - 9 años

Máquina de Café Super Automática	AZ-TC-S9 de AZERO	\$5.290.00 0	Pantalla táctil de 7"; más de 12 bebidas programables; espumador de leche; autolimpieza; tanque de agua de 1.7L.	AZER O	6 - 8 años
Cafetera Profesional	Krups Evidence One	\$3.999.90 0	Panel táctil; 12 bebidas programables; molino integrado; espumador de leche; encendido programable; capacidad de 2.3L.	Falabella	5 - 7 años
Cafetera Automática	Ninja DualBrew Pro	\$1.099.90 0	Compatible con café molido y cápsulas; 4 estilos de preparación; espumador plegable; depósito de agua de 1.7L.	Falabella	3 - 5 años
Molino de Café Manual	Molino de Café Manual	\$319.900	Molienda precisa y personalizada;	Home center	5 - 7 años

	Profesional - Cónicas de Acero - Negro		diseño compacto y portátil.		
Molino de Café Automático	TechCoffee Molino de Café Automático TC-022 Cuchillas de Titanio	\$1.950.00 0	Molienda automática precisa; cuchillas de titanio; capacidad de 2-4 kg/hora.	America Food Solutions	7 - 10 años
Nevera Comercial	Nevera IBG Convencional 235L IBGU235NACT Titanium	\$1.861.90 0	Capacidad de 235 litros; diseño en color titanio; eficiencia energética.	IBG	10 - 12 años
Congelador	Congelador Challenger Horizontal 152L CH226 Blanco	\$1.530.90 0	Capacidad de 152 litros; diseño horizontal; adecuado para almacenamiento de congelados.	IBG	10 - 12 años

Plan de Producción/Prestación del Servicio:

Selección de Proveedores: Priorizar alianzas con productores locales de café de alta calidad.

Menú Diversificado: Ofrecer diversas preparaciones de café (espresso, filtrados, cold brew) y acompañamientos como repostería artesanal.

Experiencias Personalizadas: Organizar catas y talleres para educar a los clientes sobre el café colombiano.

Espacio de Coworking: Diseñar áreas que faciliten el trabajo remoto, con acceso a Wi-Fi de alta velocidad y estaciones de carga.

Manual de Procesos y Flujoograma:



Diseño y Distribución de Áreas Funcionales y Planta Física

Propuesta de Distribución:

Zona de Atención al Cliente: Espacio principal con mesas y sillas, diseñado para comodidad y estética.

Barra de Café: Área visible donde se preparan las bebidas, permitiendo interacción entre baristas y clientes.

Cocina y Almacenamiento: Espacio destinado a la preparación de alimentos y almacenamiento de insumos.

Zona de Coworking: Área equipada con mobiliario adecuado para trabajo, con acceso a tomas eléctricas y buena iluminación.

Baños: Instalaciones sanitarias para clientes y personal, cumpliendo con normativas de accesibilidad.

8. Estudio económico y financiero

El componente financiero de Aroma de la Montaña fue estructurado para evaluar su viabilidad económica y sostenibilidad a mediano plazo. La inversión inicial en activos fijos estimada asciende a \$40.000.000 COP, se espera tener inicialmente en inventario un valor de \$50.000.000 COP y tener en disponible (Efectivo) un total de \$60.000.000 COP financiados por medio del capital propio y crédito. A partir de esta base, se proyectaron ventas y egresos por cinco años, considerando el crecimiento progresivo del negocio y su consolidación en el mercado local.

Durante el primer año, se estima una utilidad operativa de \$309.744.200 COP, con un margen EBITDA del 69,1% y una utilidad neta del 19,2% sobre las ventas. El modelo financiero de Aroma de la Montaña refleja una estructura de costos eficiente, con un margen

bruto del 70,1% y una relación saludable entre ingresos y gastos. Los gastos fijos y variables se mantuvieron bajo control, permitiendo una razón corriente de 4.0 y un capital de trabajo de \$186.000.000 COP, lo que evidencia una sólida liquidez.

En cuanto al punto de equilibrio, el negocio necesita vender aproximadamente 4.710 unidades mensuales promedio y un total de 30.459 unidades al año, distribuidas entre productos como cafés, bebidas frías y alimentos empacados, para cubrir todos sus costos operacionales.

Finalmente, el proyecto proyecta una rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) del 46,2% y una rentabilidad sobre el activo (ROA) del 28,1%, lo que demuestra una excelente eficiencia en el uso de los recursos y una alta generación de valor para los inversionistas.



Componente
financiero con Balance

Conclusiones

Aroma de la Montaña cuenta con una planeación técnica sólida, basada en un diseño funcional del local, equipos de alta calidad y una operación pensada para ofrecer eficiencia y experiencia al cliente. El espacio propuesto es adecuado para combinar gastronomía, café de especialidad y coworking.

El proyecto responde a una demanda creciente por experiencias inmersivas y cafés con valor agregado. La segmentación, encuestas y análisis de competencia confirman que el

modelo tiene aceptación en Medellín, especialmente entre turistas, nómadas digitales y jóvenes profesionales.

El desarrollo del proyecto “Aroma de la Montaña” permitió consolidar una idea de negocio innovadora, con fuerte arraigo en la cultura cafetera colombiana y un enfoque diferencial orientado a experiencias sensoriales, turismo gastronómico y espacios de coworking. A través del análisis sectorial, se evidenció que el mercado del café en Medellín presenta una alta demanda y una creciente valoración por los productos de especialidad, lo cual representa una oportunidad clave para la entrada y posicionamiento del negocio.

La constitución del negocio como S.A.S. y el cumplimiento de requisitos normativos aseguran su legalidad. Se contemplan permisos, licencias y políticas laborales claras, lo que garantiza una operación formal y alineada con la normatividad colombiana.

Desde el punto de vista financiero, el componente evaluado demuestra que Aroma de la Montaña es económicamente viable, con una estructura sólida de ingresos, costos y gastos que permite generar rentabilidad desde el primer año. La inversión inicial de \$40 millones COP fue proyectada de forma realista, y el modelo de operación garantiza una alta eficiencia, con un margen operativo superior al 69%, una utilidad neta del 19,2%, y una rentabilidad sobre el patrimonio del 46,2%. Estas cifras reflejan la capacidad del negocio para ser sostenible en el tiempo y atractivo para los inversionistas.

Adicionalmente, se concluye que el éxito de Aroma de la Montaña no depende únicamente de su producto principal, sino de la capacidad de generar valor a través de

experiencias, educación cafetera y una conexión auténtica con el consumidor. Las estrategias de diferenciación, el plan de mercadeo, el análisis del entorno competitivo y la estructura organizacional propuesta, complementan una visión empresarial integral y fundamentada.

En síntesis, Aroma de la Montaña es un proyecto con fuerte potencial de crecimiento, enfocado en la calidad, la identidad cultural y la innovación, capaz de contribuir positivamente al desarrollo económico local y a la promoción del café colombiano como símbolo de orgullo y tradición.

Referencias.

National Geographic. (2023, septiembre). ¿Quiénes son los principales productores y consumidores de café en el mundo? National Geographic. <https://www.nationalgeographicla.com/medio-ambiente/2023/09/quienes-son-los-principales-productores-y-consumidores-de-cafe-en-el-mundo>

La República. (2023, septiembre 29). Mipyme constituyen 99.5% de las empresas y aportan 35% al Producto Interno Bruto. La República. <https://www.larepublica.co/empresas/mipyme-constituyen-99-5-de-las-empresas-y-aportan-35-al-producto-interno-bruto-3644977#:~:text=La%20C%C3%A1mara%20de%20Comercio%20de%20Medell%C3%A1n%20por%20su%20parte%20tiene,11.833%20peque%C3%B1as%20y%203.277%20medianas.>

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (s.f.). Dinámica de la economía de Antioquia: Foro de la economía regional. Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documentos/Dinamica_Economia_Antioquia_Foro.pdf

Mafeeats. (2023, octubre 10). Los mejores 10 cafés para trabajar y estudiar en Medellín. Mafeeats. <https://mafeeats.com/los-mejores-10-cafes-para-trabajar-estudiar-en-medelliin/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson

Bancolombia. (2024). *Guía Bancolombia 2024*. Bancolombia.
<https://www.bancolombia.com/empresas/capital-inteligente/investigaciones-economicas/publicaciones/guia-bancolombia>

Banco de la República. (Año). *Título del borrador 1216*. Banco de la República.
<https://repositorio.banrep.gov.co/collections/423d74ab-40cc-4310-95b1-6559607ebaf2>

PriceListo. (2025). *Juan Valdez Precios del Menú (Colombia)*. PriceListo.
<https://co.pricelisto.com/menu-prices/juan-valdez-co>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). Decreto 957 de 2019, por el cual se modifica la clasificación de las mipymes [Decreto]. Diario Oficial No. 51.017.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=111707>

Banco de la República. (2025). *Informe de Política Monetaria - abril de 2025*. Banco de la República. <https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/informe-politica-monetaria/abril-2025>