MATRIZ DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO – CAFÉ AROMAS

AUDREY PAOLA RAMOS MURILLO

MARKETING DIGITAL

2229413

BRIGIDE MONROY OLMOS

SENA

22 JUNIO 2025

1. Introducción

El presente informe tiene como objetivo analizar las principales variables estratégicas del negocio Café Aromas, una cafetería artesanal que busca posicionarse en el mercado a través de estrategias digitales. Para ello, se desarrolla una revisión del entorno, la matriz FLOR y un plan de marketing digital con objetivos SMART, estrategias de Porter y segmentación de mercado. Esta información será la base para estructurar una propuesta que le permita a la empresa captar nuevos clientes, fidelizar a los actuales y crecer de forma competitiva en el entorno digital.

Identificación del negocio

Café Aromas nació en 2022 como una pequeña cafetería artesanal ubicada en el centro de Neiva. Su fundadora, Laura Jiménez, apasionada por el café colombiano, decidió crear un espacio acogedor donde se ofrecieran bebidas preparadas con granos de origen local, acompañadas de repostería casera.

Misión

"Ofrecer a nuestros clientes una experiencia única a través de productos artesanales de alta calidad, promoviendo el consumo de café colombiano y apoyando a pequeños productores locales"

Visión

"Ser reconocidos a nivel regional como la cafetería artesanal líder en calidad, sostenibilidad y atención personalizada"

Objetivos

- Posicionar la marca Café Aromas en redes sociales y plataformas digitales.
- Aumentar en un 30% las ventas online durante el próximo año.
- Ampliar la fidelización de clientes mediante estrategias digitales.

Necesidades del mercado que satisface

Café Aromas responde a la necesidad de los consumidores por productos auténticos, naturales, artesanales y por espacios que brinden experiencias agradables en un ambiente cálido y diferente al de cadenas comerciales.

Productos o servicios que ofrece

- Café artesanal preparado en métodos tradicionales
- Postres y repostería casera
- Productos empacados (café molido, granos, galletas artesanales)
- Talleres de barismo y catas de café

Presencia en el entorno digital

Actualmente cuenta con presencia en redes sociales (Instagram y Facebook), donde

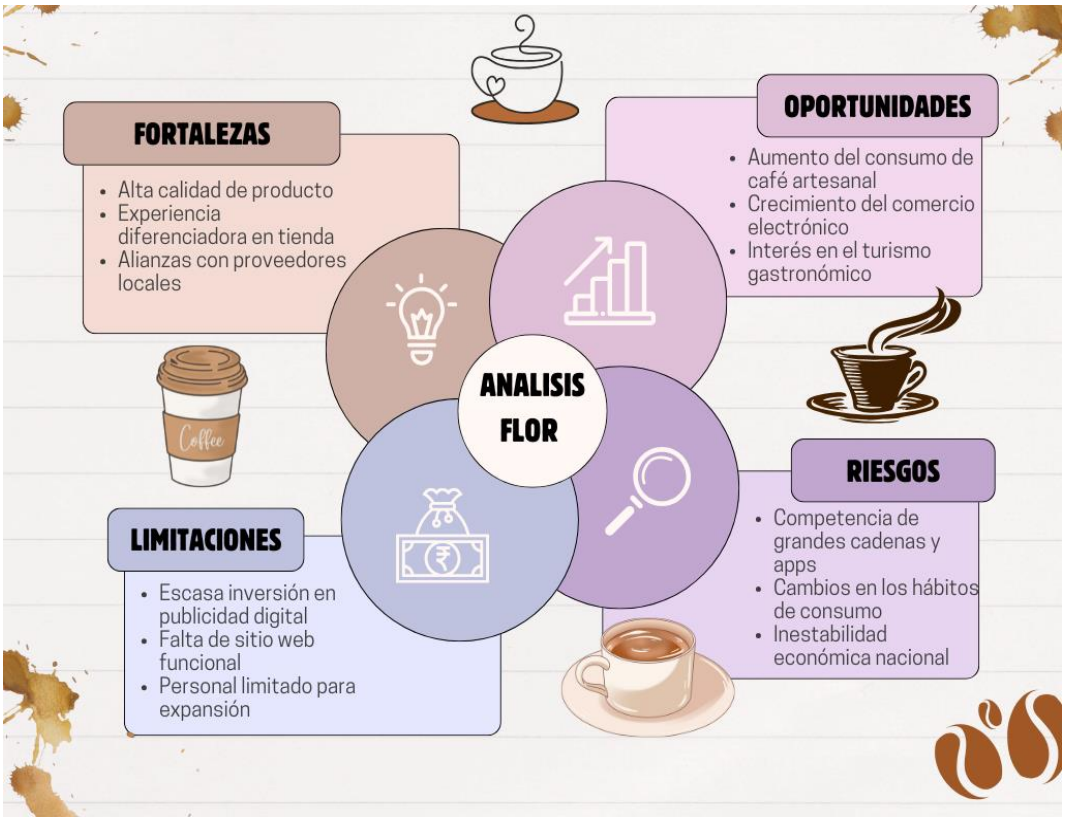
publica contenido visual, promociones y experiencias en tienda. Está en proceso de desarrollar su página web con carrito de compras.

2. Análisis del entorno

Análisis del entorno externo (PEST)

- **Político**: Apoyo del gobierno a emprendimientos rurales y cafeteros; regulación sanitaria y tributaria aplicable.
- **Económico**: Aumento del interés por productos nacionales, aunque hay desafíos por la inflación.
- **Sociocultural**: Tendencia de los consumidores hacia lo artesanal, lo natural y el consumo local.
- **Tecnológico**: Uso creciente de redes sociales y plataformas de pago digital que facilitan las ventas en línea.

3. Matriz FLOR



Fuente: Elaboración propia

Diagnóstico de la situación actual

Café Aromas cuenta con una propuesta de valor sólida, basada en calidad y experiencia artesanal. Sin embargo, su limitada presencia digital y falta de automatización la ubican en una posición débil frente a competidores más visibles en el entorno online. El potencial de crecimiento es alto si se fortalece su estrategia digital.

4. Plan de marketing digital

Tabla 1. Objetivos SMART

S	**Específico**	Incrementar la visibilidad de Café Aromas en redes sociales.
M	**Temporal**	Meta a alcanzar en el primer semestre del año
A	**Medible**	Aumentar en un 40% los seguidores en Instagram y Facebook en los próximos 6 meses.
R	**Alcanzable**	A través de campañas semanales y contenido de valor.
T	**Relevante**	Mejorar la captación de clientes en la tienda y por domicilios.

Fuente: Elaboración propia

Estrategias competitivas (Modelo Porter)

- **Diferenciación**: Café de origen, ambiente cálido, experiencia personalizada.
- **Enfoque**: Atención a un nicho de clientes que valoran lo artesanal y local.
- **Liderazgo en costos**: No se busca competir por precio, sino por valor agregado.

Estrategias de promoción y ventas

- Crear campañas de contenido con storytelling sobre el origen del café.
- Promociones semanales (2x1 en bebidas, combos con postres).
- Sorteos mensuales para seguidores activos en redes.
- Influencer marketing con microinfluenciadores locales.
- Incorporar WhatsApp Business como canal de atención y ventas.

Segmento del mercado y público objetivo

- Jóvenes profesionales y universitarios (20-35 años)
- Residentes en Neiva interesados en lo natural, artesanal y sostenible

- Usuarios activos de redes sociales y plataformas de domicilios

5. Conclusiones del análisis estratégico

El análisis realizado permite evidenciar que Café Aromas tiene un fuerte potencial de crecimiento gracias a su propuesta artesanal, la calidad de sus productos y su conexión con proveedores locales. No obstante, requiere fortalecer su presencia digital y adoptar estrategias más estructuradas para competir efectivamente en el entorno online. El desarrollo de un plan de marketing digital con objetivos SMART, una clara segmentación del mercado y acciones de promoción adecuadas, le permitirá alcanzar una mayor visibilidad, fidelización y posicionamiento de marca.

Bibliografía

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Fundamentos de marketing* (13.ª ed.). Pearson Educación.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review.
- Instituto Nacional de Estadística (DANE). (2024). *Tendencias del consumo de café en Colombia*.
- MinTIC. (2023). *Transformación digital para pequeñas empresas colombianas*.
- Statista. (2024). *Uso de redes sociales en Colombia 2023–2024*. https://www.statista.com
- Beltrán, J. C., & Rodríguez, L. F. (2022). *Marketing digital para pymes en Colombia: estrategias y desafíos*. Revista de Emprendimiento y Negocios Digitales, 8(2), 45–62. https://doi.org/10.1234/rened.v8n2.2022